

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA

EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA EVROPSKÉ INTEGRACE

Státní podpora vývozu v České republice

State Export Support in the Czech Republic

Student: Bc. Věra Halaštová

Vedoucí diplomové práce: doc. Ing. Lenka Fojtíková, Ph.D.

Ostrava 2010

Zadání diplomové práce

Student:

Bc. Věra Halaštová

Studijní program:

N6202 Hospodářská politika a správa

Studijní obor:

6210T004 Eurospráva

Specializace:

00 Eurospráva

Téma:

**Státní podpora vývozu v České republice
State Export Support in the Czech Republic**

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
2. Teoretická východiska k zahraničnímu obchodu
3. Zahraniční obchod České republiky
4. Proexportní politika České republiky
5. Závěr

Seznam použité literatury

Seznam zkratk

Prohlášení o využití výsledků diplomové práce

Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

CIHELKOVÁ, E. et. al. *Mezinárodní ekonomie II*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2008. 260 s. ISBN 978-80-7400-054-6.

FOJTÍKOVÁ, L. *Zahraničně obchodní politika ČR: Historie a současnost (1945-2008)*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2009. 246 s. ISBN 978-80-7400-128-4.

SAMUELSON, P. A. *Economics*. 14th edition. New York: McGraw-Hill, 1992. 784 s. ISBN 0-07-054879-X.


Formální náležitosti a rozsah diplomové práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.


Vedoucí diplomové práce: **Ing. Lenka Fojtíková, Ph.D.**

Datum zadání: 20.11.2009

Datum odevzdání: 30.04.2010




doc. Ing. Karel Skokan, Ph.D.
vedoucí katedry


prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová
děkanka fakulty

Místopřísežné prohlášení

Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou práci, včetně všech příloh, vypracovala samostatně. Přílohy dané mi k dispozici, jsem samostatně doplnila.

V Ostravě dne 30. 4. 2010

.....

Bc. Věra Halaštová

Poděkování

Tímto děkuji paní doc. Ing. Lence Fojtíkové, Ph.D za její vstřícnost, odborné vedení, cenné rady a připomínky, které mi přispěly k vytvoření této práce.

OBSAH

1	ÚVOD	6
2	TEORETICKÁ VÝCHODISKA K ZAHRANIČNÍMU OBCHODU.....	8
2.1	VÝVOJOVÉ FÁZE A PŘÍČINY EXISTENCE ZAHRANIČNÍHO OBCHODU	8
2.2	VYTVÁŘENÍ TEORETICKÉ ZÁKLADNY K ZAHRANIČNÍMU OBCHODU	11
2.3	VÝZNAM ZAHRANIČNÍHO OBCHODU A MÍRA OTEVŘENOSTI EKONOMIKY	21
2.4	SHRNUTÍ TEORETICKÝCH PŘEDPOKLADŮ	23
3	ZAHRANIČNÍ OBCHOD ČESKÉ REPUBLIKY	25
3.1	HLAVNÍ MEZNÍKY VE VÝVOJI ZAHRANIČNÍHO OBCHODU	25
3.2	ANALÝZA VÝVOJE ZAHRANIČNÍHO OBCHODU	28
3.2.1	Teritoriální struktura zahraničního obchodu.....	30
3.2.2	Komoditní struktura zahraničního obchodu.....	36
3.3	SHRNUTÍ VÝVOJE ZAHRANIČNÍHO OBCHODU V ČESKÉ REPUBLICE	45
4	STÁTNÍ PODPORA VÝVOZU V ČESKÉ REPUBLICE	47
4.1	ZÁKLADNÍ VÝCHODISKA PRO PODPORU EXPORTU	47
4.2	INSTITUCIONÁLNÍ RÁMEC PROEXPORTNÍ POLITIKY ČR	52
4.3	EXPORTNÍ STRATEGIE PRO OBDOBÍ 2006 - 2010	60
4.3.1	Podpora exportu v době světové hospodářské krize	68
4.4	SHRNUTÍ STÁTNÍ PODPORY EXPORTU.....	70
5	ZÁVĚR.....	72
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	77
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	80
	SEZNAM GRAFŮ A TABULEK	82
	PROHLÁŠENÍ O VYUŽITÍ VÝSLEDKŮ DIPLOMOVÉ PRÁCE.....	83
	SEZNAM PŘÍLOH	84

1 ÚVOD

Státní proexportní politika je důležitou součástí hospodářské politiky ve všech vyspělých ekonomikách, jelikož export má značný vliv na jejich výkonnost. Je proto zcela logické, že se téměř všechny státy snaží podporovat domácí exportní podniky různými nástroji, a to od nástrojů informačních, přes poradenské, až po finanční. Česká republika je vzhledem ke své malé rozloze a nedostatečné vybavenosti přírodními zdroji považovaná za velmi otevřenou a exportně orientovanou ekonomiku. Oblast státní podpory exportu se v České republice začala vyvíjet v průběhu devadesátých let minulého století, kdy byly nejen vytvářeny první zákony a vyhlášky, ale také zakládány nové instituce na podporu exportu.

Vstup Česka do Evropské unie přinesl do oblasti zahraničně obchodní politiky značné změny. Česká republika musela přijmout *acquis* Společenství a také spoluúčast na realizaci společné obchodní politiky, z čehož vyplývá, že se musela vzdát svých kompetencí v oblasti zahraničního obchodu ve prospěch nadnárodních orgánů EU, které pro tuto oblast disponují výlučnými kompetencemi. Proexportní politika představuje tu část zahraničně obchodní politiky, která byla ponechána v kompetencích členských států, tedy i české vlády. Skrz společnou obchodní politiku se ale Česku otevřely nové možnosti pro rozvoj obchodních styků, jelikož ČR získala přístup nejen na trhy členských zemí EU, ale i na trhy dalších desítek nečlenských zemí. Naproti tomu, Česká republika musela přijmout všechny mezinárodní smluvní závazky s obchodně ekonomickým obsahem, které uzavřelo Společenství s třetími zeměmi a akceptovat tak preference, jež jsou poskytovány rozvojovým zemím. Přistoupení k Evropské unii bylo spojeno také s větším tlakem na konkurenceschopnost českých firem, což přineslo nové požadavky na oblast státní podpory exportu.

V ČR je export důležitý nejen pro národní hospodářství, kdy růst exportu pozitivně ovlivňuje růst HDP, ale také přispívá k zvyšování konkurenceschopnosti. Vláda ČR si plně uvědomuje význam exportu pro rozvoj národního hospodářství a její snahou je podporovat export různými nástroji. Za tímto účelem byla stanovena následující pracovní hypotéza:

Státní podpora exportu v České republice výrazně napomáhá vstupu českých firem na zahraniční trhy.

Cílem diplomové práce je podat ucelený přehled o vývoji zahraničního obchodu v České republice a o problematice státní podpory vývozu. Pro lepší srozumitelnost je diplomová práce doplněna celou řadou grafů a tabulek.

Obsah práce je rozdělen do pěti kapitol. *V druhé kapitole*, která je nazvaná Teoretická východiska k zahraničnímu obchodu, je věnována pozornost jednotlivým teoriím zahraničního obchodu, příčinám existence zahraničního obchodu a jeho úloze v ekonomice.

Třetí kapitola je zaměřena na zahraniční obchod ČR, jeho význam a postavení v české ekonomice, institucionálně-právní východiska a rovněž na teritoriální a komoditní strukturu českého exportu a importu. V úvodu kapitoly jsou zároveň stručně charakterizovány důležité mezníky, které ovlivnily vývoj českého zahraničního obchodu. Pro porovnání jednotlivých údajů byla zvolena časová dimenze let 1993 a dále pak 2003 – 2009, tedy první rok vzniku samostatné České republiky a následně období těsně před vstupem ČR do EU až do současnosti.

Čtvrtá kapitola se zabývá významem proexportní politiky v ČR. Jsou zde charakterizované specializované státem podporované instituce, jako je například Česká exportní banka, Exportní garanční a pojišťovací společnost nebo agentura CzechTrade, které představují páteř státní podpory exportu v ČR. Tato kapitola se taktéž věnuje Exportní strategii ČR pro období 2006 – 2010, prostřednictvím které je v současné době naplňována proexportní politika. V souvislosti s exportní strategií je zde popsána její vize, cíle a projekty, prostřednictvím kterých má být dosaženo stanovených cílů.

Pro porovnání vývoje zahraničního obchodu v jednotlivých letech bude zvolena metoda komparace s využitím tabulek a grafů. V práci bude dále využita metoda analýzy a indukce.

2 TEORETICKÁ VÝCHODISKA K ZAHRANIČNÍMU OBCHODU

Zahraniční obchod je historicky nejstarší a dosud významnou formou vnějších hospodářských vztahů. Vliv zahraničního obchodu na hospodářský rozvoj zemí se prohloubil zejména v období po 2. světové válce a v posledních desetiletích vývoj mezinárodního obchodu patří k nejdynamičtějším prvkům vývoje světové ekonomiky. Mezinárodní obchod zažíval v posledních letech až do vypuknutí globální ekonomické krize prudký rozvoj, který byl zapříčiněn zejména procesy globalizace a internacionalizace světové ekonomiky. Tyto procesy nabízejí firmám nové možnosti podnikání a také zvyšují celosvětovou konkurenci (Plchová, 2007).

2.1 Vývojové fáze a příčiny existence zahraničního obchodu

Všeobecně každý z nejstarších státních útvarů vyráběl některé zboží a životní potřeby lépe než druhý a měl zájem je směnit za jiné potřebné zboží. V určitém období se objevily některé vynálezy, které byly žádoucí i pro jiné státní jednotky. Existovaly pouze dvě možnosti jak získat toto nezbytné zboží, které se buď na konkrétním území nevyskytovalo vůbec nebo pouze v omezeném množství. Těmito dvěma možnostmi byl obchod nebo válka. Primitivní obchod se realizoval prostřednictvím směny jednoho zboží za druhé – tzv. **barter**. Barterové obchody byly poměrně běžně uzavírány i po druhé světové válce, ale i později, a to ve vzájemných vztazích mezi rozvojovými a ekonomicky vyspělými zeměmi. V současné době jsou barterové obchody uzavírány jen ojediněle. Důvodem jejich ústupu je skutečnost, že v barterových obchodech se používají jiné ceny, než jsou standardní světové ceny, dané poptávkou a nabídkou v mezinárodním obchodu (Svatoš, 2009).

S rozvojem mezinárodního obchodu se bartery postupně stávaly brzdou. Obchodníci potřebovali pro výměnu zboží nalézt nějaký „všeobecný ekvivalent“. Jako všeobecný ekvivalent mohlo sloužit zboží, po němž byla trvalá poptávka, relativně málo objemové a vysoce cenově hodnocené. Nejvhodnějšími ekvivalenty se staly vzácné kovy, zejména zlato a stříbro, ale také sloní kost a ve střední Evropě jantar. Změny v mezinárodním obchodu, ale přinesly nové požadavky na všeobecný ekvivalent. Nadešel čas, aby se začaly

využívat peníze. Nejprve se začaly používat peníze kovové (ražené ze zlata nebo stříbra), které se ale neprojevily jako nejvhodnější prostředek směny, protože byly těžké a nepraktické. Mince ze zlata a stříbra začali lidé shromažďovat, a proto se také stávaly nedostatkovými. Tato skutečnost brzdila rozvoj mezinárodního obchodu a jeho potřeby vyvolaly vznik papírových peněz, později směnek (Svatoš, 2009). Velmi důležitým impulzem pro rozvoj mezinárodního obchodu byly zámořské objevy na počátku novověku. Jejich původním cílem bylo hledání nových trhů a bohatství. Další důležitý podnět pro rozvoj mezinárodní dělby práce přinesla průmyslová revoluce, hlavně vynález parního stroje, boom v textilním průmyslu, později i objevení elektřiny (Svatoš, 2009).

První i druhá světová válka způsobily útlum a deformaci mezinárodního obchodu, neboť účastníci válečného konfliktu se soustředili na získání zbraní, munice a samozřejmě potravin. Brzy po druhé světové válce začala vědecko-technická revoluce. Její nástup urychlil rozvoj mezinárodní spolupráce, ale i soupeření mezi světovými ekonomickými, vojenskými a politickými bloky. Její součástí byly kosmické objevy, využívání nukleární energie nebo rozvoj telekomunikací (Svatoš, 2009).

Pro současné období je typická globalizace hospodářských a společenských procesů. Žijeme ve věku vysoké celosvětové specializace a standardizace, které vytvářejí velmi dobrou základu pro rozvoj mezinárodního obchodu a mezinárodní dělby práce. Jednou z cest, jak využít globalizačních procesů, je podpora regionálních integračních procesů (Svatoš, 2009).

Vývoj lidské společnosti je provázen tisíciletou historií vzájemného obchodování a směňování. S postupem času jak docházelo k vytváření jednotlivých státních celků a národních ekonomik, nabýval obchod i směna stále větších rozměrů a začínal se rozvíjet i čilý obchod na mezinárodní úrovni. Důvody vzniku mezinárodních obchodních vztahů jsou nepřehledné, od ekonomických přes sociální až k politickým. Mezi nejvýznamnější z nich patří (Samuelson, 1995):

1) odlišnost výrobních podmínek

Jedním z nejdůležitějších předpokladů, proč jednotlivé země mezi sebou obchodují, jsou jejich odlišné výrobní podmínky. Příkladem mohou být potraviny a rekreační aktivity. Země s tropickým podnebím se budou přirozeně specializovat na banány, kávu a citrusové plody a tyto komodity budou směřovat za jiné zboží. Pro země s chladným podnebím bude výhodnější produkovat takové statky a služby, jako jsou například lososi, sobí maso nebo lyžování (Samuelson, 1992).

2) různé preference spotřebitelů

Spotřebitelé v různých státech mají odlišné preference ve spotřebě. Součástí domácí spotřeby jsou produkty, které není možno vyrábět či pěstovat v domácí ekonomice. Nebo naopak v domácí ekonomice mohou být vyráběny nebo pěstovány produkty, které jsou určeny výlučně pro zahraniční spotřebu (Samuelson, 1992).

3) klesající náklady

Dalším důvodem pro mezinárodní obchod jsou rostoucí výnosy z rozsahu nebo-li klesající náklady z velkovýroby. Mnohé výrobní procesy vykazují úspory z rozsahu, tzn. jejich průměrné náklady mají tendenci se zvyšováním objemu produktu klesat. Budeme předpokládat, že jistá země získá počáteční výhodu při rozvoji výroby určitého odvětví. Mohla to být Velká Británie s textilním průmyslem na počátku 19. století, Spojené státy s odvětvím spojů na konci 19. století nebo Japonsko se spotřební elektrotechnikou v osmdesátých letech 20. století. Jakmile nějaká země začne vyrábět a vyvážet určitý produkt, poskytují úspory z rozsahu určitý náskok v nákladech a technologii před jinými zeměmi, a to jí zase umožňuje porazit v konkurenci zahraniční soupeře (Samuelson, 1992).

4) existence absolutních výhod

Absolutní výhodu země dosahuje, jestliže dokáže vyrábět dané zboží s absolutně nižšími náklady než ostatní státy, to znamená, že s daným množstvím zdrojů dokáže vyrobit absolutně větší objem produkce než zahraniční konkurenti. Pro tuto zemi je pak výhodné se na výrobu daného zboží specializovat a dodávat jej nejen na domácí trhy, ale i do zahraničí (Samuelson, 1992).

5) *existence komparativních výhod*

Jde o situaci, kdy země dokáže vyrobit s danými zdroji některého zboží relativně více než jiné země. Existence přínosů z obchodu pramení z toho, že se každá země zaměřuje na činnosti, ve kterých má nižší alternativní náklady, tím ušetří zdroje a čas, které by musela věnovat na výrobu zboží ostatních. Výsledkem bude, že vzroste celková výroba všech produktů a prospěch ze zvýšené produkce se rozdělí mezi všechny zúčastněné země (Samuelson, 1992).

2.2 Vytváření teoretické základny k zahraničnímu obchodu

Úlohou zahraničního obchodu ve společnosti se postupem času zabývala celá řada ekonomických škol, jejichž teorie se od sebe do značné míry lišily a ovlivňovaly ekonomické myšlení v oblasti mezinárodního obchodu¹.

O roli zahraničního obchodu ve společnosti existovaly vědecké studie již v 17. – 18. století, v době, kdy převládalo **merkantilistické ekonomické myšlení**. Merkantilismus vznikl v době počátků a upevňování centralizovaných monarchií, v době koloniální expanze a budování impérií, a proto merkantilistické myšlení odráželo tento dějinný proces (Svatoš, 2009).

Hlavní merkantilistické úvahy byly postaveny na myšlence národních zájmů. Ranní merkantilisté ztotožňovali národní bohatství s penězi, pozdní merkantilisté viděli smysl peněz v tom, že jejich příliv do země zlevňoval úvěr. Tyto představy přivedly merkantilisty k závěru, že hlavním zdrojem růstu bohatství je zahraniční obchod. Merkantilisté nespatořovali smysl zahraničního obchodu v mezinárodní dělbě práce, nýbrž v jeho aktivní bilanci. Byli přesvědčeni, že rezervy drahých kovů jsou pro národní hospodářství životně důležité a také věřili, že lze jiné národy ochudit a oslabit tím, když jim prodáme zboží a získáváme jejich zlato, protože je připravujeme o část národního pokladu (Svatoš, 2009).

¹ Tato subkapitola nezahrnuje zdaleka všechny teorie zahraničního obchodu, ale pouze charakterizuje některé z nich.

Zásadním omylem merkantilistů bylo, že považovali zahraniční obchod za hru s „nulovým součtem“. Podle merkantilistů v této hře vyhrávali ti, kteří měli aktivní obchodní bilanci a prohrávali ti, kteří ji měli zápornou (Svatoš, 2009).

Na merkantilistické ekonomické myšlení navázali na přelomu 18. – 19. století **angličtí klasikové**, mezi které patřil např. Adam Smith, David Ricardo nebo John Stuart Mill. Za nejvýznamnějšího předchůdce klasiků je považován David Hume. Tito ekonomové ve svých teoriích vyvrátili merkantilistické úvahy o tom, že zahraniční obchod je pouhá „hra s nulovým součtem“ a prokázali ve své tvorbě, že ve skutečnosti jde o „hru s pozitivním součtem“. Dokázali, že zahraniční obchod zvyšuje bohatství všech zúčastněných národů nezávisle na tom, jakou mají obchodní bilanci, a že základem zahraničního obchodu nejsou toky peněz, ale výhody z mezinárodní dělby práce (Svatoš, 2009).

David Hume přispěl k teoriím mezinárodního obchodu svou esejí O penězích (1752). V této esejí formuloval princip fungování tzv. kvantitativní teorie peněz. Růst peněz v ekonomice v důsledku aktivní obchodní bilance povede nejen k růstu cen, ale také ke zhoršení cenové konkurenceschopnosti domácích podniků. Výsledkem bude snižování salda obchodní bilance. Je nutné ale dodat, že Hume jako předchůdce klasiků nepředpokládal, že by zvýšené množství peněz v ekonomice mohlo vést i ke zvýšení domácí výroby. Současně také pracoval ve svých úvahách s pevnými měnovými kurzy. K dalším dílům Huma patří eseje O obchodní bilanci (1752) a O žárlivosti obchodu (1752) věnované přímo problematice mezinárodního obchodu. V těchto esejích dokazuje, že zahraniční obchod může být výhodný pro obě zúčastněné země, a že země, která se brání importu, poškozuje sama sebe (Kalínská a kol., 2007).

Za zakladatele klasické politické ekonomie, který definoval úlohu zahraničního obchodu v ekonomice, se považuje **Adam Smith**. V díle Bohatství národů (1776) popisuje výhody zahraničního obchodu v ekonomice. Konstatuje, že tajemství blahobytu světa spočívá v tom, že každý stát se zaměří na výrobu pouze těch výrobků, pro které má nejlepší předpoklady. Smithova teorie se nazývá teorie absolutních výhod plynoucích ze směny (Tichá, 2007).

Druhá klasická teorie, jejímž autorem byl **David Ricardo**², je teorie relativních (komparativních) výhod³. Ricardo vychází z myšlenky, že země, která má všechno „špatné“ (nejvyšší náklady na jednotku produkce), zvolí nejlepší z toho nejhoršího. Naopak země, která má všechno „nejlepší“, zvolí to nejlepší z toho nejlepšího. Ricardovu teorii později rozvinul **John Stuart Mill**, který byl zastáncem teorie mezinárodního směnného poměru. Ricardovu teorii rozšířil o teorii reciproční poptávky a jeho životním dílem byly *Zásady politické ekonomie* vydané v roce 1848 (Tichá, 2007).

Ricardo při své analýze pracoval pro zjednodušení pouze se dvěma zeměmi a se dvěma statky. Nejprve analyzoval absolutní výhodu a poté stanovil alternativní náklady, pomocí nichž určil komparativní výhodu a dospěl k poznatkům, že pro obě strany bude výhodné, když se specializují na své oblasti s komparativní výhodou. Rozdíly v alternativních nákladech a v komparativních výhodách vytvářejí prospěch z obchodu. Když se každý specializuje na výrobu statku, ve kterém má komparativní výhodu, celková produkce v ekonomice vzroste a zvětší se velikost spotřeby a každý na tom může být lépe, protože si může opatřit statek za nižší cenu, než jsou jeho alternativní náklady daného statku. Existence komparativních výhod umožňuje zemím, které nedosahují žádné absolutní výhody při výrobě ani jednoho zboží, zapojit se do mezinárodního obchodování, ze kterého by byly jinak vyloučeny (Jurečka, Jánošíková, 2008).

Neoklasické teorie se odlišují od klasických tím, že pracují se dvěma výrobními faktory, prací a kapitálem, zatímco klasické teorie mezinárodního obchodu pracovaly pouze s výrobním faktorem práce. Za nejvýznamnější neoklasické teorie mezinárodního

² Ricardo závěry svých studií shrnul do díla *Základy politické ekonomie a zdanění* (1817).

³ Zásada komparativní výhody tvrdí, že každá země se specializuje na produkci a vývoz těch statků, které může produkovat s relativně nižšími náklady, naopak každá země bude dovážet ty statky, které vyrábí s relativně vyššími náklady. Dejme tomu, že například ve Spojených státech připadá v přepočtu na jednotku vstupů u počítačů i u oceli vyšší produkt, než je u zbytku světa. Produktivita v USA by mohla být vyšší např. o 50 % u počítačů a u oceli jen o 10 % než u ostatních zemí. V tomto případě by bylo pro Spojené státy vhodné vyvážet ty statky, které zde vyrábějí relativně efektivněji (počítače) a dovážet ty statky, jejichž výroba je relativně méně efektivní (ocel) (Samuelson, 1992).

obchodu lze považovat **Heckscherův a Ohlinův model** a na něj navazující **Stolperův a Samuelsonův** teorém, dále pak **Rybczynského efekt** (Kalínská a kol, 2007).

Heckscherův a Ohlinův model vychází z jednoduché myšlenky, že země se vzájemně liší svou relativní vybaveností výrobními faktory (práce a kapitál). Mezi předpoklady tohoto modelu patří, že vybavenost zemí výrobními faktory je relativně odlišná, výrobky lze podle náročnosti jejich výroby na kapitál nebo na práci rozdělit na kapitálově náročné a pracovní náročné nebo také, že výrobní technologie jsou pevně dány pro všechny země, nelze tedy nahrazovat práci kapitálem a naopak. V zemi, která je relativně hojněji vybavena kapitálem, bude kapitál relativně levnější, protože cena výrobních faktorů v zemi závisí podle neoklasiků na jejich relativní nabídce a tato země by se tedy měla zaměřit na kapitálově náročné výrobky. Naopak, země, která je relativně lépe vybavena prací, se zaměří na výrobu pracovní náročných výrobků. V souvislosti s tímto modelem se vyskytuje i jeho kritika, která vychází nesplnění některých předpokladů této teorie. Například, že ve skutečnosti je možné nahrazovat práci kapitálem a naopak (Kalínská a kol, 2007).

Na Heckscherův a Ohlinův model navázal Stolperův a Samuelsonův teorém o změně světových cen. Z logiky Heckscherova a Ohlinova modelu vyplývá, že dojde-li z nějakého důvodu k růstu světové ceny kapitálově náročné komodity, potom roste i cena kapitálu a naopak. Růst ceny kapitálově náročné komodity povede ke snaze zvýšit její výrobu na úkor výroby pracovní náročné komodity. Poptávka po kapitálu poroste, zatímco poptávka po práci bude klesat. To znamená, že dojde k absolutnímu a relativnímu růstu reálných důchodů vlastníků kapitálu a zároveň k relativnímu poklesu reálných důchodů vlastníků práce. Růst cen kapitálově náročného výrobku bude mít rozdílné dopady na zemi zaměřenou v souladu s Heckscherovým a Ohlinovým modelem na výrobu kapitálově náročných výrobků a na zemi zaměřenou na výrobu pracovní náročných výrobků. V zemi zaměřené na kapitálově náročné výrobky dojde k dalšímu rozšíření výroby kapitálově náročných výrobků a s velkou pravděpodobností dojde také ke zvýšení vývozu a zlepšení směnných relací. Růst exportu kapitálově náročného výrobku bude doprovázen růstem dovozu pracovní náročného výrobku, jehož domácí výroba byla omezena. V zemi zaměřené na pracovní náročné výrobky povede růst ceny kapitálově náročného výrobku

rovněž k omezení výroby pracovně náročných výrobků a tedy k poklesu vývozu i dovozu a směnné relace se s největší pravděpodobností zhorší (Kalínská a kol, 2007).

Rybczynského efekt se pokouší zodpovědět otázku, co se stane, jestliže dojde z nějakého důvodu k významné změně poměru kapitálu a práce uvnitř země. Důvodem pro zvýšení tohoto poměru může být např. epidemie, která sníží počet obyvatel. Pokles tohoto poměru může být vyvolán například přílivem zahraničního kapitálu. Významné zvýšení poměru vede k relativnímu poklesu ceny kapitálu a relativnímu zvýšení ceny práce, což by mělo vést ke změně struktury domácí výroby ve prospěch kapitálově náročných výrobků. Snížení poměru bude mít důsledek opačný (Kalínská a kol, 2007).

Jedním z historických mezníků vývoje teorie mezinárodního obchodu jsou 30. léta dvacátého století, kdy vzniká nový ekonomický směr, který je nazýván **keynesiánskou ekonomikou**. Za zakladatele se považuje **John Maynard Keynes**, jehož stěžejní dílo *Obecná teorie zaměstnanosti, úroků a peněz* (1936) se stalo novým podnětem k hledání dalších cest a přístupů v teorii mezinárodního obchodu. John Maynard Keynes se zabýval teorií mezinárodního obchodu jen velmi okrajově, soustředil se spíše na analýzu národního důchodu a koupěschopné poptávky, ale právě díky této své analýze otevřel zcela novou cestu k pojetí úlohy zahraničního obchodu v národní ekonomice (Holman, 1991).

O rozpracování keynesiánské teorie mezinárodního obchodu se zasloužili především britští ekonomové Joan Robinsonová, Roy F. Harrod a James E. Meade. Pro keynesiánskou teorii je typický makroekonomický přístup. Nezabývá se ani specializací země na jednotlivé komodity a ani mezinárodními směnnými poměry. Jejím hlavním zájmem a přínosem se stala analýza vztahů mezi zahraničním obchodem a národním důchodem. Základní myšlenkou keynesiánské teorie mezinárodního obchodu je skutečnost, že vývoz zvyšuje výdaje na domácím trhu a tím i národní důchod země, kdežto dovoz snižuje výdaje i národní důchod. Tuto myšlenku si lze představit tak, že vývoz představuje příliv zahraniční poptávky na domácí trh, kdežto dovoz znamená naopak únik poptávky do zahraničí, z toho také vyplývá, že aktivní obchodní bilance zvyšuje národní důchod a pasivní obchodní bilance jej snižuje (Holman, 1991).

Dalším důležitým rysem keynesiánství je předpoklad stabilní cenové hladiny. Keynesiánci připouštějí růst cenové hladiny jen ve dvou případech: roste-li koupěschopná poptávka v situaci plné zaměstnanosti a nebo rostou-li nominální mzdy. Pokles cenové hladiny připouštějí jen v případě poklesu nominálních mezd. Ve svých modelech však většinou počítají jak s existencí nezaměstnanosti, tak s poměrnou stabilitou nominálních mezd (Holman, 1991).

Doposud byly charakterizovány merkantilistické, klasické, neoklasické a keynesiánské teorie mezinárodního obchodu. Ekonomická věda však nabízí širokou škálu tzv. **alternativních teorií**, které jsou mnohdy v rozporu s teoriemi hlavního proudu. Tyto teorie věnují pozornost zejména reálnému nesplnění většiny základních předpokladů, na kterých jsou teorie hlavního proudu budovány a zpochybňují tak jejich využitelnost pro praktickou hospodářskou politiku. Alternativní teorie mezinárodního obchodu se zabývají problematikou **dětských odvětví, zbídačujícího růstu, periferní ekonomiky a rostoucích výnosů z rozsahu** (Kalínská a kol, 2007).

Německý ekonom **Friedrich List** si uvědomil, že zapojení Německa do mezinárodního obchodu v souladu s teorií komparativních výhod by bylo pro zemi z dlouhodobého hlediska nevýhodné, protože by to zemi v podstatě neumožnilo vymanit se z tehdejší zaostalosti. Proto tedy formuloval teorii dětských odvětví, která říká, že země by se měla plně otevřít působení zahraniční konkurence až poté, co se její průmysl stane dospělým neboli konkurenceschopným. Podle Lista je skoro nemožné, aby zaostalá země vybuodovala domácí průmysl, aniž by nebyl dočasně chráněn před konkurencí z vyspělých zemí (Kalínská a kol, 2007).

Jagdish Bhagwati, indický ekonom, si všiml, že firmy rozvojových zemí reagují na změnu světové ceny jejich produkce opačně, než by odpovídalo racionálnímu chování. Tito výrobci podle Bhagwatiho při snížení ceny zvyšují objem výroby a vývozu, aby tak kompenzovali snížení svých příjmů v důsledku snížení světové ceny. Tak ale vzniká začarovaný kruh, který vede k výraznému zhoršení směnných relací rozvojových zemí. Přestože fyzický objem domácí výroby a vývozu roste, jeho celková hodnota se nemění nebo dokonce klesá. Lidé v rozvojových zemích musí tedy vynaložit stále více práce, aby si

alespoň udrželi své dosavadní příjmy. Proto Jagdish Bhagwati nazval svou teorii teorií zbídačujícího růstu (Kalínská a kol, 2007).

Argentinský ekonom **Raul Prebisch** se rovněž pokusil vysvětlit tradiční problém rozvojových zemí, kterým jsou hlavně směnné relace. Prebisch označil rozvojové země jako periferie a vyspělé ekonomiky jako centra. Konstatoval, že na exportech periferie se nejvíce podílí výrobky s vysokou přidanou hodnotou. Ke zhoršování směnných relací z pohledu periferie dochází podle Prebishe proto, že důchodová pružnost poptávky⁴ po výrobcích s vysokou přidanou hodnotou je vyšší než důchodová pružnost poptávky po výrobcích s nízkou přidanou hodnotou. Růst důchodu pak vede k vyššímu růstu poptávky po průmyslových výrobcích ve srovnání s růstem poptávky po surovinách nebo základních potravinách. Výsledkem je pak rychlejší růst cen výrobků s vysokou přidanou hodnotou a zhoršování směnných relací z pohledu periferie (Kalínská a kol, 2007).

Poslední teorií v rámci alternativních teorií zahraničního obchodu je teorie rostoucích výnosů z rozsahu. Klasické i neoklasické teorie mezinárodního obchodu jsou postaveny na tvrzení konstantních výnosů z rozsahu, kdy například zvýšení počtu vstupů dvojnásobně, zdvojnásobí se i počet výstupů. Ve skutečnosti se ale často setkáváme s rostoucími výnosy z rozsahu, kdy např. zdvojnásobení počtu vstupů vede např. k trojnásobnému růstu výstupů, což znamená snížení jednotkových nákladů. Rostoucí výnosy z rozsahu mohou mít významný vliv na fungování mezinárodního obchodu, protože přispívají ke zvýšení konkurenceschopnosti velkých podniků. Pro firmy z rozvojových zemí tak může být téměř nemožné vstoupit na světový trh, kde operují velké firmy, jež dosahují významných úspor z rozsahu (Kalínská a kol, 2007).

S postupem času, tak jak vznikaly jednotlivé teorie mezinárodního obchodu, se každá z těchto teorií lišila tím, jakou úlohu v nich sehrával stát. Obecně můžeme rozdělit tyto teorie podle role států, kterou v nich sehrával, na **protekcionisticky** či **liberálně**

⁴ Důchodová pružnost poptávky udává míru citlivosti poptávky na změnu důchodu.

zaměřené. Mezi ekonomy, kteří zastávali protekcionistická opatření patřil již dříve zmiňovaný F. List nebo J. Bhagwati. Naopak myšlenku svobodného obchodu prosazoval A. Smith, D. Ricardo či J. S. Mill.

Protekcionistická (ochranářská) **obchodní politika** je charakteristická značným množstvím státních zásahů do vnějších ekonomických vztahů. Státní regulace vnějších ekonomických vztahů znamená souhrn opatření a zákonů, jimiž stát ovlivňuje vnější ekonomické vztahy z hlediska objemu, teritoriální a zbožové struktury, včetně institucionální formy provádění těchto vztahů. Silné protekcionistické tendence jsou patrné u zemí s dominující vládou jedné strany, což bylo mimo jiné typické pro socialistické ekonomiky. V praxi můžeme v zásadě rozlišit tři argumenty, proč se státy uchylují k protekcionistickým opatřením (Tichá, 2007):

- 1) *Neekonomické argumenty, podle nichž je vhodné obětovat hospodářský blahobyt podpoře společenských cílů* (národní tradice, svoboda, bezpečnost).
- 2) *Argumenty, které se neopírají o ekonomickou argumentaci:*
 - a. omezení pro určité zájmové skupiny => díky tlakům zájmových skupin jsou často uvalována cla na dovoz stejného zboží ze zahraničí, s cílem zvýšit odbyt statků, jež tyto zájmové skupiny nabízejí,
 - b. konkurence levné zahraniční práce => jestliže se v zahraničí produkují statky lidmi s nižšími platy, je potřeba ochránit domácí trh před dovozem, aby se ochránili domácí dělníci,
 - c. odvetná cla => pokud nějaký stát zavede cla proti vývozu statků jedné země, měla by i tato země recipročně zavést cla proti tomuto státu.
- 3) *Oprávněné argumenty v dynamických podmínkách:*
 - a. cla mohou posunout směnné relace (poměr vývozních cen k dovozním) ve prospěch určité země,
 - b. clo může ochránit tzv. „nezletilé odvětví“ s růstovým potenciálem před konkurencí,
 - c. clo může pomoci snižovat nezaměstnanost => ochrana před dovozem je ovšem neefektivním prostředkem k vytváření pracovních míst nebo ke snižování nezaměstnanosti.

Za **liberální obchodní politiku** považujeme takovou politiku, jež se vyznačuje minimem státních zásahů do praxe vnějších ekonomických vztahů⁵. Liberalismus přináší těchto 5 základních výhod (Tichá, 2007, s. 10):

- zisk spotřebitelů (vyšší výběr, nižší ceny, vyšší kvalitu),
- růst specializace (jednotlivé země vyrábějí produkty, některé jsou pro ně nejvíce přínosné),
- rozšíření trhů (zvýší se množství obchodovatelného zboží a dojde ke standardizaci a slučování podniků),
- zvýšení konkurence na domácím trhu (díky možnosti vstupu zahraničních výrobců na domácí trh),
- cenová stabilita na domácím trhu (díky vyššímu počtu výrobců neexistuje velký tlak na nárůst ceny).

Důsledkem volného mezinárodního obchodu je neustálý růst efektivnosti. Na mezinárodních trzích mohou totiž uspět pouze ti výrobci, kteří jsou schopni hledat cesty ke snižování nákladů nebo rozvíjet vědeckotechnický pokrok a zvyšovat tak celkovou technickou úroveň produktů. Tento proces zvyšuje tlaky na konkurenceschopnost jednotlivých firem a může do značné míry ztížit podmínky pro některé výrobce, kteří nakonec mohou mít vážné existenční problémy. Výše uvedené faktory, však významně působí na snižování průměrné úrovně cen a na zvyšování spotřebitelského přebytku. Na druhé straně nekonkurenceschopní výrobci čelí konkurenčním tlakům, a proto se často sdružují do zájmových skupin, aby mohli vyvinout tlak na vládu, s cílem ochránit své vlastní výrobní odvětví nebo hospodářskou situaci. Proto národní vlády často přijímají omezující opatření mezinárodního obchodu za účelem ochrany domácí ekonomiky před některými nepříznivými dopady mezinárodní směny (Jurečka, Jánošíková, 2008).

⁵ Ekonomický liberalismus je stále do značné míry charakteristický pro země, jako je například Velká Británie a Nizozemsko (Tichá, 2007).

Z národohospodářského hlediska existují v zásadě dva přístupy státu k zahraničnímu obchodu či k vnějším ekonomickým vztahům. První přístup lze označit jako pasivní a druhý jako aktivní (Svatoš, 2009).

U pasivního přístupu je kladen důraz na hledisko proporcionality ekonomiky, které má zajistit zahraniční obchod, s cílem dosáhnout plynulého reprodukčního procesu. Ekonomové prosazující toto pojetí, zdůrazňují především úlohu zahraničního obchodu při zajištění potravin, surovin, strojů nebo zařízení, které v zemi schází (Svatoš, 2009).

Aktivní přístup k zahraničněobchodní politice klade podstatný důraz na hledisko efektivnosti. Při tomto pojetí vláda usiluje o orientaci ekonomiky na takový program výroby zboží a poskytování služeb, který umožní růst exportu dané země. Aktivní přístup vychází z liberalistického ekonomického myšlení, přičemž hlavním úkolem státu je vytvářet prostor pro výrobce, tzn. odstraňování překážek, které se mohou vývozcům postavit do cesty mezi výrobou a umístěním na zahraničních trzích u finálního spotřebitele. Do oblasti aktivní proexportní politiky rovněž patří velké úsilí věnované výběru a přípravě profesionálů pro práci na ekonomických úsecích zastupitelských úřadů proexportně orientovaných zemí v zahraničí. Tyto země se vůbec netají tím, že hlavním úkolem velvyslanectví je vytvářet předpoklady pro vývoz jejich podnikatelských subjektů. Proexportním aktivitám v zemích s aktivní obchodní politikou se podřizuje nejen zahraniční politika, ale i zákony, vytvářejí se specializovaná pracoviště s cílem usnadňovat práci vývozcům (Svatoš, 2009)⁶.

⁶ Aktivní pojetí koncepce zahraničního obchodu aplikované systematicky v některých zemích má zřetelné výsledky, a sice v tom, že činí vývoz základní hnací silou ekonomického rozvoje konkrétní země.

2.3 Význam zahraničního obchodu a míra otevřenosti ekonomiky

Pro hodnocení významu zahraničního obchodu pro ekonomiku dané země se používají tři základní charakteristiky, a to efektivnost, proporcionalita a demonstrativní efekt.

1) Efektivnost - je snaha soustředit se v exportní politice na výrobky, kde může země dosáhnout maximálních úspor společenské práce. Na tyto výrobky je pak soustředěn výzkum, vývoj a propagační činnost⁷ (Beneš, 2004).

2) Proporcionalita - většina zemí má ekonomiku nekomplexní a jejich ekonomický rozvoj je určován nezbytností zajistit potřebné zboží v zahraničí. Na světě existuje pouze málo zemí, které mají dostatečně velký domácí trh a průmyslovou základnu schopnou soběstačného vývoje. Jsou to země, jež mají komplexní surovinovou základnu a jsou schopné pokrýt potřeby vlastní průmyslové výroby⁸ (Beneš, 2004).

3) Demonstrativní efekt – vývozní program každé země představuje určitou vizitku stavu a úrovně rozvoje výrobních sil dané země. Naopak dovozní program znamená způsob řešení nejen problému proporcionality, ale také zajištění zrychlení ekonomického rozvoje dovážející země. Jde tedy o určitou demonstraci světového technického, designového, módního trendu, který může působit stimulačně na společenský a ekonomický blahobyt (Beneš, 2004).

Význam zahraničního obchodu lze spatřit také ve zjištění, že čím větší je vzájemná hospodářská provázanost dvou či více zemí, tím jsou celkové vztahy těchto zemí stabilnější. Proto je tedy možné označit zahraniční obchod jako formu vztahů, která silně

⁷ Například Japonsko zaměřilo své proexportní priority pouze na několik oborů (elektroniku, optiku, robotizaci a výrobu dopravních prostředků). Čím je ekonomika menší a otevřenější, mělo by být soustředění sil na zvýšení a udržení schopnosti konkurence, tzn. i schopnosti vývozu vybraných výrobků, důraznější (Beneš, 2004).

⁸ Mezi takové země patří USA, Rusko a některé tzv. emerging countries, což je Indie nebo Brazílie.

podporuje mírovou spolupráci a snižuje riziko konfliktu. Zahraniční obchod také přispívá k růstu vzdělanosti. Nutí obyvatele zemí orientovaných na vývoz k intenzivnímu studiu technických novinek, jazyků nebo národních kulturních specifik (Beneš, 2004).

Vliv výše uvedených faktorů (efektivnosti, proporcionality, demonstrativního efektu) je na každou ekonomiku různý. V zásadě lze konstatovat, že čím je země větší a čím více má obyvatel, tím je míra závislosti ekonomiky na vnějších ekonomických vztazích menší.

V souvislosti se zahraničním obchodem je také diskutován vztah **mezi otevřeností ekonomiky⁹ a jejím ekonomickým výkonem**. K měření otevřenosti ekonomiky se používá celá řada ukazatelů, ale mezi nejčastěji používané patří EX/HDP nebo IM/HDP. Obecně platí, že země, která nedisponuje dostatkem některého z výrobních faktorů může prostřednictvím mezinárodní směny tento výrobní faktor získat, jestliže je schopna nabídnout svým případným obchodním partnerům adekvátní protihodnotu. Například řada vyspělých zemí dováží z rozvojových zemí potřebné surovinové zdroje, ať již z důvodu nedostatku vlastních zdrojů, nebo z důvodu ochrany svého životního prostředí. Vyspělé země také zaměstnávají s oblibou pracovníky z rozvojových či méně vyspělých zemí, pokud tito pracovníci jsou specialisty v oblasti informačních technologií apod. Tímto způsobem vyspělé země podporují technologický pokrok a růst domácí produktivity, pakliže mají svých specialistů nedostatek. V souvislosti s těmito příklady je možno konstatovat, že mezinárodní směna je jedním z potenciálních zdrojů ekonomického růstu. (Jurečka, Jánošíková, 2008).

Empirické analýzy ve světovém měřítku v delším časovém horizontu docházejí k závěrům, že existují určité obecné tendence v míře zapojení jednotlivých zemí do

⁹ Míru otevřenosti můžeme dále měřit jako podíl obrátu zahraničního obchodu na HDP nebo také $[(EX + IM) / 2] / HDP$. Někteří autoři, např. Jirges a Plchová (1996), ztotožňují míru otevřenosti ekonomiky s intenzitou zahraničního obchodu.

mezinárodní dělby práce v závislosti na typu ekonomiky. Tyto tendence lze charakterizovat následujícími korelačními vztahy:

- Negativní korelace mezi ekonomickým rozměrem a mírou otevřenosti, tzn. čím je ekonomika větší, tím je její průměrné relativní zapojení do mezinárodní dělby práce menší. Opačný závěr pak platí pro malé ekonomiky.
- Pozitivní korelace mezi ekonomickou vyspělostí země a jejím stupněm zapojení do mezinárodní dělby práce, tzn. čím je ekonomika vyspělejší, tím při srovnatelném ekonomickém rozměru je zapojena do mezinárodní dělby práce intenzivněji než ekonomika s nižším stupněm ekonomické vyspělosti (Plchová, Jirges, 1996).

2.4 Shrnutí teoretických předpokladů

Vývoj lidské společnosti je charakterizován tisíciletou historií vzájemného obchodování a směňování. S postupem času jak docházelo k vytváření jednotlivých státních celků a národních ekonomik, nabýval obchod i směna stále větších rozměrů a začínal se rozvíjet i čilý obchod na mezinárodní úrovni. Důvodů, proč mezinárodní obchod vlastně vznikl je celá řada, ale k nejvýznamnějším patří odlišnost výrobních podmínek, různé preference spotřebitelů, klesající náklady, existence absolutních výhod a nebo existence komparativních výhod.

Úlohou zahraničního obchodu ve společnosti se postupně zabývala celá řada ekonomických škol od merkantilistů, přes klasickou ekonomii, až po alternativní teorie zahraničního obchodu. Každé jednotlivé teorie se do značné míry od sebe lišily a ovlivňovaly ekonomické myšlení v oblasti mezinárodního obchodu. Podle toho, jakou úlohu v těchto teoriích sehrával stát, mohou být chápány jako teorie spíše liberálně či protekcionisticky orientované.

V souvislosti s významem zahraničního obchodu v ekonomice je také rozebírán vztah mezi otevřeností ekonomiky a jejím ekonomickým výkonem. K měření otevřenosti ekonomiky se používá různých ukazatelů, ale mezi nejčastěji používané patří EX/HDP nebo IM/HDP.

Zapojení jednotlivých ekonomik do mezinárodní dělby práce je dáno také závislostí na typu dané ekonomiky. Tuto vzájemnou závislost lze charakterizovat pozitivními a negativními korelačními vztahy. Za negativní korelační vztah je označován vztah mezi ekonomickým rozměrem a mírou otevřenosti, tzn. čím je ekonomika větší, tím je menší její průměrné relativní zapojení do mezinárodní dělby práce. Opačný případ pak platí pro malé ekonomiky. Vztah mezi ekonomickou vyspělostí země a stupněm jejího zapojení do mezinárodní dělby práce je chápán jako pozitivní korelace, tzn. že čím je ekonomika vyspělejší, tím při srovnatelném ekonomickém rozměru je zapojena intenzivněji do mezinárodní dělby práce než ekonomika s nižším stupněm ekonomické vyspělosti.

Zahraniční obchod zažíval v posledních letech až do vypuknutí globální ekonomické krize prudký rozvoj, který byl zapříčiněn především procesy internacionalizace a globalizace světové ekonomiky. Díky těmto zmíněným procesům mohou firmy najít nové možnosti podnikání a také zároveň zvyšují celosvětovou konkurenci. Význam zahraničního obchodu spočívá nejen v tom, jak ovlivňuje výkonnost národního hospodářství, ale také v tom, jak působí na platební vztahy země k zahraniční, což se také promítá do vývoje platební bilance.

3 ZAHRANIČNÍ OBCHOD ČESKÉ REPUBLIKY

Česká republika je vnitrozemským státem, který leží uprostřed mírného pásu severní polokoule ve střední části Evropy. Rozloha republiky činí 78 887 km². Státní hranice tvoří sousedství s Polskem, Německem, Rakouskem a Slovenskem. Počet obyvatel ČR je 10 501 171¹⁰, což znamená, že ČR se řadí jak počtem obyvatel, tak i svou rozlohou k malým státům, pro které je značná závislost na zahraničním obchodu (negativní korelační vztah).

Zahraniční obchod sehrává v české ekonomice velmi důležitou roli a za posledních dvacet let zaznamenal značné změny. Významnou roli sehrál zahraniční obchod v procesu transformace po roce 1989, kdy postupně docházelo k přechodu z ekonomiky centrálně plánované na ekonomiku tržní, s čímž byla spojena i demonopolizace zahraničního obchodu. K podstatným změnám docházelo také v teritoriální i v komoditní struktuře zahraničního obchodu. Asi za nejvýznamnější mezník ve vývoji zahraničně obchodní politiky lze považovat vstup České republiky do EU. Připojení Česka k Evropské unii znamenalo nejen přijetí *acquis* Společenství, ale také spoluúčast na realizaci společné obchodní politiky, jejíž součástí je i celní politika. Z národohospodářského hlediska lze přístup státu k vnějším ekonomickým vztahům označit jako aktivní, který vychází z liberalistického ekonomického myšlení.

3.1 Hlavní mezníky ve vývoji zahraničního obchodu

Zahraniční obchod České republiky, resp. dřívějšího Československa, prošel podstatným vývojem. Po druhé světové válce byl zahraniční obchod v tržních ekonomikách využíván jako akcelerator růstu domácí ekonomiky. V Československu byla ale situace opačná. Význam zahraničního obchodu zde nebyl dostatečně doceněn, byl podřízen

¹⁰ Počet obyvatel zjišťován ČSÚ k 30. září 2009.

politickým vlivům a orientován na trhy RVHP¹¹. **Československo**, stejně jako ostatní země RVHP, bylo odkázané na importy surovin ze SSSR. Ačkoli stěžejními obchodními partnery Československa byly země RVHP, uzavřelo Československo již v 80. letech bilaterální obchodní dohody s Evropským hospodářským společenstvím (EHS). Co se týká organizace zahraničního obchodu, existoval v Československu státní monopol deviz a zahraničního obchodu (Jandová, 2006).

V roce 1989 se odehrály v Československu¹² významné politické změny, které byly podnětem k nastartování **ekonomické transformace**. Smysl ekonomické transformace spočíval v přechodu z centrálně plánované ekonomiky na ekonomiku tržní. Rok 1991 byl rokem nejdůležitějších změn. K prvnímu lednu 1991 došlo k zavedení vnitřní konvertibility koruny a k snížení cla na průměrnou hodnotu 5 %. Vláda také souběžně zavedla dovozní přírážku ve výši 20 %, která ale byla poměrně rychle snížena. Zároveň se v tomto roce uskutečnily devalvace koruny a souběžně byla uvolněna možnost soukromého podnikání, čímž došlo i ke zrušení monopolu podniků zahraničního obchodu (Žídek, 2006).

V roce 1992 přinesla vláda Václava Klause **novou koncepci hospodářské politiky**, a tedy i zahraniční obchodní politiky. V oblasti zahraničně obchodní politiky bylo poukazováno na potřebu přizpůsobení českých firem na zahraniční konkurenci a orientaci českých podniků na západní trhy (vzhledem k rozpadu SSSR a RVHP). S rozpadem ČSFR (v roce 1992) došlo i k institucionálním změnám fungování zahraničního obchodu. Hlavním orgánem, který měl oblast zahraničního obchodu v kompetenci se stalo

¹¹ Rada vzájemné hospodářské pomoci (RVHP) byla založena 8. ledna 1949 v Moskvě jako mnohostranná mezinárodní ekonomická organizace socialistických států. Zakládajícími členy bylo 6 států: Bulharská lidová republika, Československá republika, Maďarská lidová republika, Polská lidová republika, Rumunská socialistická republika a Svaz sovětských socialistických republik (Fojtíková, 2009).

¹² Od 23. dubna 1990 do 31. prosince 1992 byl oficiální název československého státu Česká a Slovenská federativní republika (ČSFR).

Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR. Zahraničně obchodní politika ČR se po roce 1993 vyznačovala:

- dodržováním smluvních závazků vyplývajících ČR z celní unie se Slovenskem, která vznikla 3. května 1993,
- plněním smluvních závazků ČR, ke kterým se zavázala v rámci dohod o vytvoření zón volného obchodu (EU, CEFTA, státy ESVO),
- podepisováním preferenčních dohod se státy, s nimiž měla EU již uzavřeny příslušné preferenční dohody (např. s Tureckem),
- podepisováním preferenčních dohod se státy, které byly přidruženy k EU stejným způsobem jako ČR,
- plněním závazků v oblasti snižování celních a jiných bariér v obchodě se smluvními stranami GATT, resp. členskými státy WTO (Fojtíková, 2009, s. 114).

V souvislost s ekonomickou transformací docházelo ke změnám v komoditní i teritoriální struktuře zahraničního obchodu. Jak již bylo uvedeno dříve, před rokem 1989 byl zahraniční obchod Československa orientován převážně na trhy RVHP. Po roce 1990 vzrostl podíl vyspělých zemí a poklesl podíl evropských zemí s tranzitivní ekonomikou. Významné změny byly zaznamenány v komoditní struktuře českých dovozů a vývozu. V případě českých dovozů poklesl podíl potravin, surovin a paliv. Na druhé straně vzrostl podíl dovážených strojů a dopravních zařízení. Zajímavěji se vyvíjela struktura českých exportů. V první fázi transformace (do roku 1994) došlo k poklesu vývozu strojů a zařízení, což bylo dáno neschopností vyvážet komodity s vyšší přidanou hodnotou na náročné trhy vyspělých zemí a současně s poklesem poptávky po českém zboží v bývalých centrálně řízených ekonomikách. V této době docházelo především k růstu exportu surovin a polotovarů. Po roce 1995 se české exporty navrátily k tradiční struktuře a podíl strojů se zvýšil nad úroveň z roku 1989 (Žídek, 2006).

V roce 1995 podepsalo Česko s EU **Evropskou dohodu** o přidružení, která ČR přinášela lepší přístup na trhy členských států EU. Dne 1. května 2004 vstoupila Česká republika do Evropské unie, což mimo jiné znamenalo, že začala uplatňovat společnou obchodní politiku EU. ČR se vzdala části své suverenity a její kompetence v oblasti obchodu byly přeneseny do kompetencí nadnárodních orgánů. ČR zároveň přistoupila

k mezinárodním smlouvám uzavřeným EU s třetími zeměmi, převzala a začala provádět komunitární obchodně politické předpisy a ukončila platnost všech relevantních národních předpisů (Fojtíková, 2009).

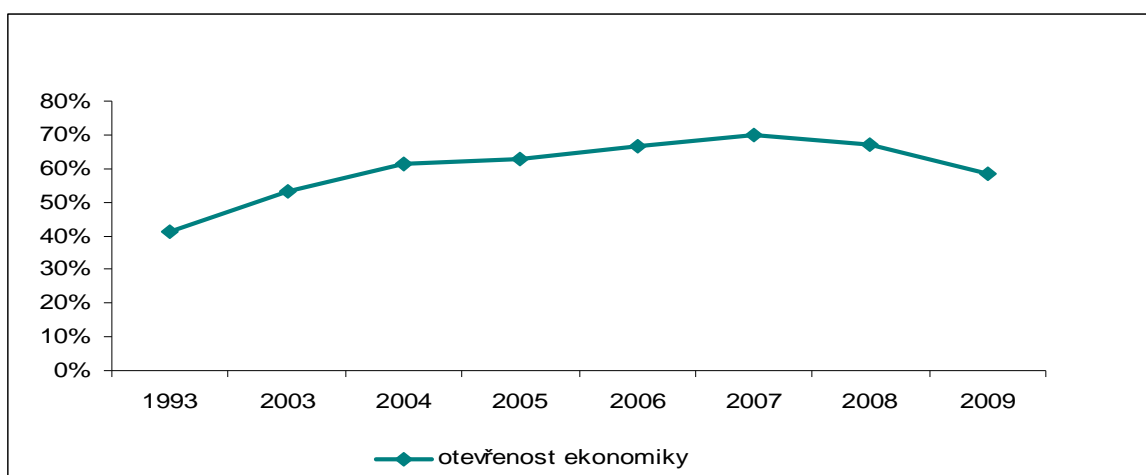
Vstupem České republiky do EU se také podstatně změnil způsob vykazování údajů pro statistiku zahraničního obchodu. Statistika zahraničního obchodu ČR vzniká spojováním dat ze dvou systémů, Intrastat a Extrastat. Prostřednictvím výkazů Intrastat jsou získávány přímo od firem údaje o obchodu se státy EU. Zbývající část zahraničního obchodu, která je realizována především se třetími zeměmi, podléhá i nadále celnímu řízení¹³. Zdrojem statistických údajů pro Extrastat jsou Jednotné správní doklady (ČSÚ, 2010). Od ledna roku 2004 zajišťuje sběr informací o zahraničním obchodu a jejich prvotní kontrolu Generální ředitelství cel a následně další kontrolu, zpracování a zveřejňování dat provádí Český statistický úřad. Zahraniční obchod je sledován v národní měně. Pro přepočtení hodnot z cizí měny na Kč se používá kurz určený v souladu s ustanovením článku 169 - 171 nařízení Komise č. 2454/1993, který je zveřejňován na internetových stránkách GŘC (ČSÚ, 2010).

3.2 Analýza vývoje zahraničního obchodu

V této kapitole se věnuje pozornost samotnému vývoji zahraničního obchodu, bude zde rozpracován vývoj exportů, importů, obchodní bilance a otevřenosti ekonomiky. Pro porovnání vývoje zahraničního obchodu je stanoveno období let 1993 a 2003 – 2009.

¹³ V souladu s pravidly EU se od vstupu ČR do EU výsledky statistiky zahraničního obchodu publikují v hodnotách FOB a dovozu v hodnotách CIF. Hodnota FOB při vývozu je vlastní hodnota zboží plus přímé obchodní náklady spojené s dopravou na hranici ČR. Hodnota CIF při dovozu je vlastní hodnota zboží a zahraniční přímé obchodní náklady spojené s dopravou na hranici ČR. Hodnota FOB dovozu je pouze hodnota samotného zboží.

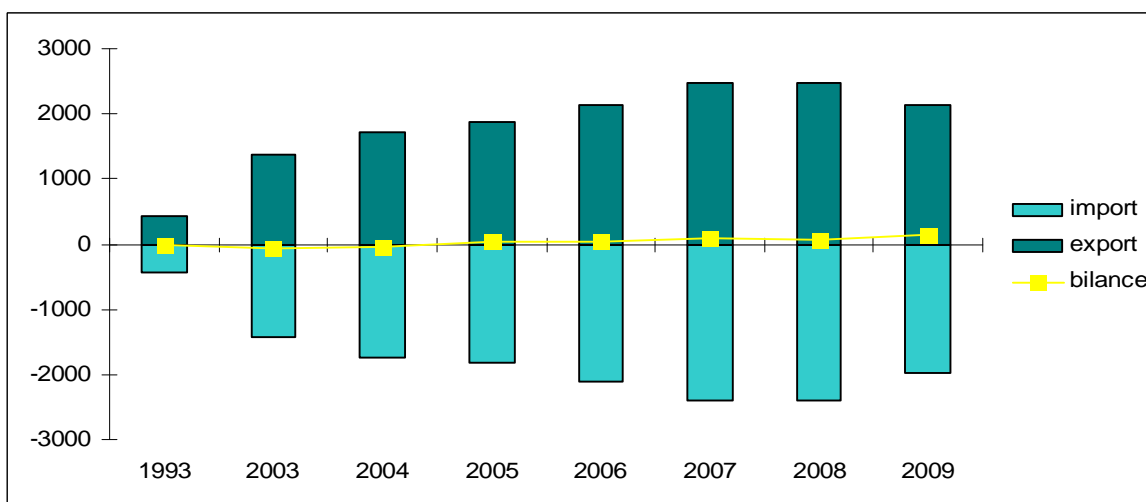
Graf č. 3.1: Vývoj otevřenosti české ekonomiky (v %)



Zdroj: ČSÚ, 2010. Vlastní zpracování.

Graf č. 3.1 zobrazuje, jak se měnila otevřenost české ekonomiky v daném období měřená pomocí ukazatele EX/HDP v b.c. Období od roku 1993 do roku 2007 bylo charakteristické rostoucím trendem otevřenosti ekonomiky. Zatímco v roce 1993 byla **otevřenost české ekonomiky** 41 %, v roce 2007 přesahovala 70 %. Rok 2008 přinesl z důvodu světové krize pokles otevřenosti, který pokračoval i v roce 2009, kdy se míra otevřenosti pohybovala okolo 58 %.

Graf č. 3.2: Vývoj objemu exportu, importu a salda zahraničního obchodu (v mld. Kč)



Zdroj: ČSÚ, 2010. Vlastní zpracování.

Od roku 1993 až 2007 je patrný růst objemu exportů i importů¹⁴. Nejlepších výsledků od vzniku samostatné ČR dosáhl obrat zahraničního obchodu v roce 2007 (viz příloha 1), kdy vývoz i dovoz zaznamenal nejvyšších hodnot. Hodnota vývozu v tomto roce činila 2 479,2 mld. Kč a dovozu 2 391,3 mld. Kč, což také znamená, že za patnáct let fungování samostatného státu vzrostl obrat zahraničního obchodu 7,5krát na hodnotu 4 870,5 mld. Kč. V letech 2007 – 2009 nastalo nepatrné snížení exportu i importu¹⁵. V porovnání s rokem 2007 klesl v roce 2009 export o 354 mld. Kč a import o 419 mld. Kč.

Obchodní bilance zaznamenala v uvedeném období také značné změny. V roce 1993 činilo záporné saldo 4,5 mld. Kč a od tohoto se nadále prohlubovalo až do roku 1996. Příznivější vývoj nastal mezi léty 1997 – 1999, kdy docházelo k postupnému snižování záporného salda z původní hodnoty –150,4 mld. Kč na –64,4 mld. Kč. Tento příznivý vývoj obchodní bilance netrval ale dlouho, rok 2000 přinesl opět značné prohloubení záporného salda. **V roce 2005** bylo poprvé od vzniku samostatné České republiky zaznamenáno kladné saldo obchodní bilance, které se i v následujících letech zvyšovalo (kromě roku 2008). V roce 2009 dosáhlo kladné saldo obchodu hodnoty 153,2 mld. Kč (ČSÚ, 2010).

3.2.1 Teritoriální struktura zahraničního obchodu

Při sledování teritoriální struktury českého zahraničního obchodu je ČSÚ rozlišováno sedm základních skupin zemí (rozvojové ekonomiky, ostatní tržní ekonomiky, země Evropského sdružení volného obchodu ESVO, evropské tranzitivní ekonomiky a Společenství nezávislých států SNS, země EU, skupiny ostatních a nespecifikovaných zemí). Zahraniční obchod byl orientován do 90. let 20. století na země RVHP. Po

¹⁴ Pozitivní výsledky zahraničního obchodu byly ovlivněny například vysokým tempem růstu průmyslové produkce, přímými zahraničními investice do odvětví zpracovatelského průmyslu, příznivým vývojem směnných relací a ekonomickým růstem ve státech EU.

¹⁵ Nepříznivý vývoj zahraničního obchodu v roce 2008 a 2009 byl především způsoben poklesem průmyslové produkce (zejména pak produkce automobilů), značným oslabením vnější poptávky (především v EU, USA a Japonsku) a nepříznivým vývojem směnných relací.

transformačním období se hlavními obchodními partnery České republiky staly vyspělé země, kde hlavní podíl zaujímají členské státy EU.

Tabulka č. 3.1: Struktura vývozu podle skupin zemí (v %)

Skupina zemí	2003	2005	2008
Svět celkem	100	100	100
Nespecifikováno	0,3	0,1	0,2
Ostatní	0,6	0,5	0,6
Evropské tranzitivní ekonomiky + SNS	20,6	5,5	5,3
Rozvojové ekonomiky	2,9	3,6	3,4
Ostatní tržní ekonomiky	4,0	4,5	3,5
ESVO	1,8	1,7	1,9
EU	69,8	84,1	85,1

Poznámky: Ostatní - Čína, Korejská lidově demokratická republika, Kuba, Laoská lidově dem. republika, Mongolsko, Vietnam. Evropské tranzitivní ekonomiky - Albánie, Bosna a Hercegovina, Černá Hora, Kosovo, Makedonie, Srbsko. SNS - např. Arménie, Ázerbájdžán, Bělorusko, Gruzie, Kazachstán, Kyrgyzstán, Moldavsko, Rusko. Rozvojové ekonomiky - Afghánistán, Bangladéš, Dominikánská republika, Brazílie, Etiopie, Spojené arabské emiráty. Ostatní tržní ekonomiky – např. Andorra, Austrálie, Grónsko, Spojené státy, Nový Zéland, Japonsko, Turecko. ESVO - Island, Lichtenštejnsko, Norsko, Švýcarsko.

Zdroj: ČSÚ, 2010. Vlastní zpracování.

Z uvedené tabulky je patrné **dominantní postavení zemí EU** (především Německa, Slovenska a Polska) na straně českého exportu. V roce 2003 do zemí EU směřovalo 69,8 % českého exportu, o dva roky později, v roce 2005 se tento podíl zvýšil o 14,3 % na 84,1 %. V roce 2008 došlo oproti roku 2005 k nepatrnému zvýšení podílu zemí EU na českém exportu o 1 %. Druhé místo v exportu České republiky pak v uvedených letech zaujímaly Evropské tranzitivní ekonomiky a Společenství nezávislých států, avšak tato skupina zemí zaznamenala ve sledovaném období značné změny, protože některé tranzitivní ekonomiky vstoupily 1. května 2004 do EU. Zatímco v roce 2003 export do této skupiny zemí činil 20,6 % z celkového exportu ČR, v roce 2005 už to bylo pouze 5,5 %. Třetí místo náleželo ostatním tržním ekonomikám, jejichž podíl na celkovém exportu ČR se pohyboval od 3,5 % v roce 2008 do 4 % v roce 2003.

Tabulka č. 3.2: Struktura dovozu podle skupin zemí (v %)

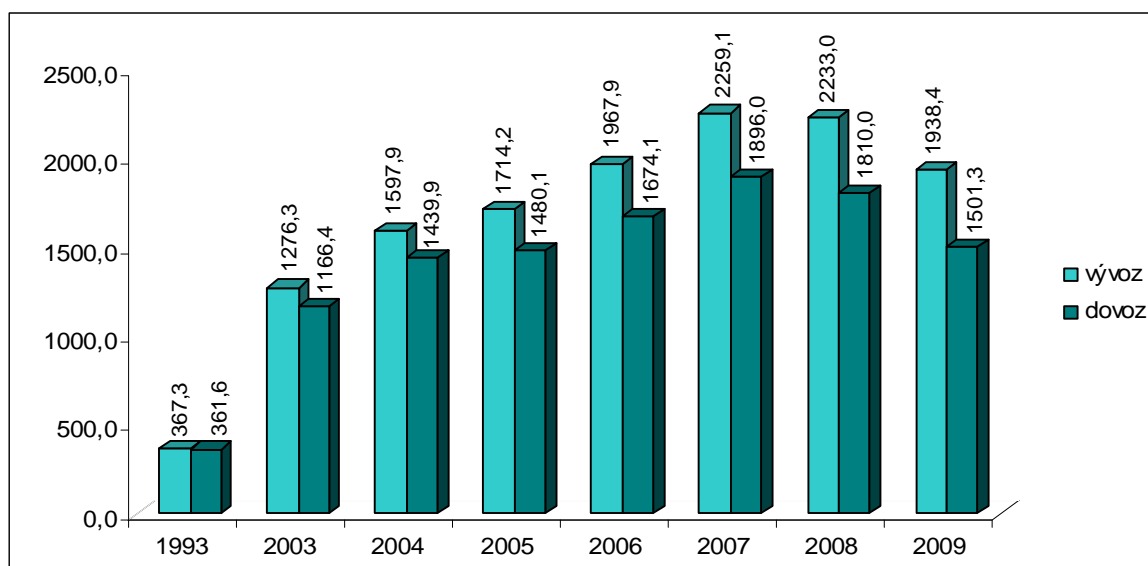
Skupina zemí	2003	2005	2008
Svět celkem	100	100	100
Nespecifikováno	0,1	0,1	0,2
Ostatní	5,3	5,3	9,0
Evropské tranzitivní ekonomiky + SNS	18,7	8,4	9,1
Rozvojové ekonomiky	7,4	5,8	6,0
Ostatní tržní ekonomiky	6,7	7,2	6,8
ESVO	2,6	2,2	1,8
EU	59,2	71,0	67,1

Poznámky: Ostatní - Čína, Korejská lidově demokratická republika, Kuba, Laoská lidově dem. republika, Mongolsko, Vietnam. Evropské tranzitivní ekonomiky - Albánie, Bosna a Hercegovina, Černá Hora, Kosovo, Makedonie, Srbsko. SNS - např. Arménie, Ázerbájdžán, Bělorusko, Gruzie, Kazachstán, Kyrgyzstán, Moldavsko, Rusko. Rozvojové ekonomiky - Afghánistán, Bangladéš, Dominikánská republika, Brazílie, Etiopie, Spojené arabské emiráty. Ostatní tržní ekonomiky – např. Andorra, Austrálie, Grónsko, Spojené státy, Nový Zéland, Japonsko, Turecko. ESVO - Island, Lichtenštejsko, Norsko, Švýcarsko.

Zdroj: ČSÚ, 2010. Vlastní zpracování.

Země EU (zejména Německo, Polsko a Slovensko) **zaujímají** první místo i v rámci českého importu. V roce 2003, 59,2% českého importu pocházelo ze zemí EU, o dva roky později, došlo k nárůstu vzhledem k roku 2003 o 11,8 % na hodnotu 71 %. V roce 2008 poklesl import z těchto zemí o 3,5 procentního bodu na 67 %. Druhé místo ve všech uvedených letech zaujímaly Evropské tranzitivní ekonomiky a SNS. Třetí místo bylo v jednotlivých letech proměnlivé. V roce 2003 a 2005 se na třetím místě umístily rozvojové ekonomiky. V roce 2008 třetí místo obsadily ostatní ekonomiky.

Graf č. 3.3: Vývoj vývozu a dovozu ČR se zeměmi s vyspělou ekonomikou (v mld. Kč)



Poznámka: Země s vyspělou ekonomikou zahrnují státy EU, ESVO a ostatní vyspělé tržní ekonomiky.

Zdroj: ČSÚ, 2010. Vlastní zpracování.

Jak již bylo uvedeno dříve, **vyspělé ekonomiky** jsou hlavními obchodními partnery ČR. Jejich podíl na českém exportu a importu má rostoucí tendenci, kromě roku 2009. Budeme-li srovnávat vývoj mezi lety 1993 a 2008, zjistíme, že vývoz vzrostl více jak šestkrát, z původní hodnoty 367,3 mld. Kč (v roce 1993) na hodnotu 2 233 mld. Kč (v roce 2008). Obdobná situace nastala i u dovozu, nikoli však s takovou dynamikou růstu. Dovoz v roce 2008 vzrostl pětkrát ve srovnání s rokem 1993. Z údajů za rok 2009 je patrný pokles jak u exportu, tak i importu, což bylo způsobeno celosvětovou hospodářskou krizí.

Z hlediska teritoriální struktury můžeme sledovat, zda má zahraniční obchod s jednotlivými státy pozitivní či negativní vliv na obchodní bilanci, což charakterizuje následující tabulka.

Tabulka č. 3.3: Státy s největším vlivem na obchodní bilanci v roce 2003 a 2009
(v mld. Kč)

Pozitivní vliv				Negativní vliv			
Stát	2003	Stát	2009	Stát	2003	Stát	2009
Německo	38,0	Německo	164,8	Čína	-68,2	Čína	-174,0
UK	34,8	Slovensko	90,1	Rusko	-49,4	Rusko	-56,3
Slovensko	34,4	UK	62,2	Japonsko	-28,2	Japonsko	-55,1
Nizozemsko	25,2	Francie	43,4	Malajsie	-17,8	Korea	-20,7
Rakousko	23,9	Rakousko	29,0	Itálie	-15,7	Thajsko	-19,8
Chorvatsko	6,7	Nizozemí	18,1	Tchaj-wan	-15,4	Tchaj-wan	-16,6
Polsko	5,9	Belgie	14,6	USA	-11,4	Malajsie	-13,0
Rumunsko	5,8	Švédsko	14,5	Korea	-9,5	Singapur	-12,0
Litva	5,1	Rumunsko	13,7	Norsko	-7,4	Ázerbájdžán	-11,4
Řecko	4,6	Španělsko	12	Francie	-6,1	USA	-10,3

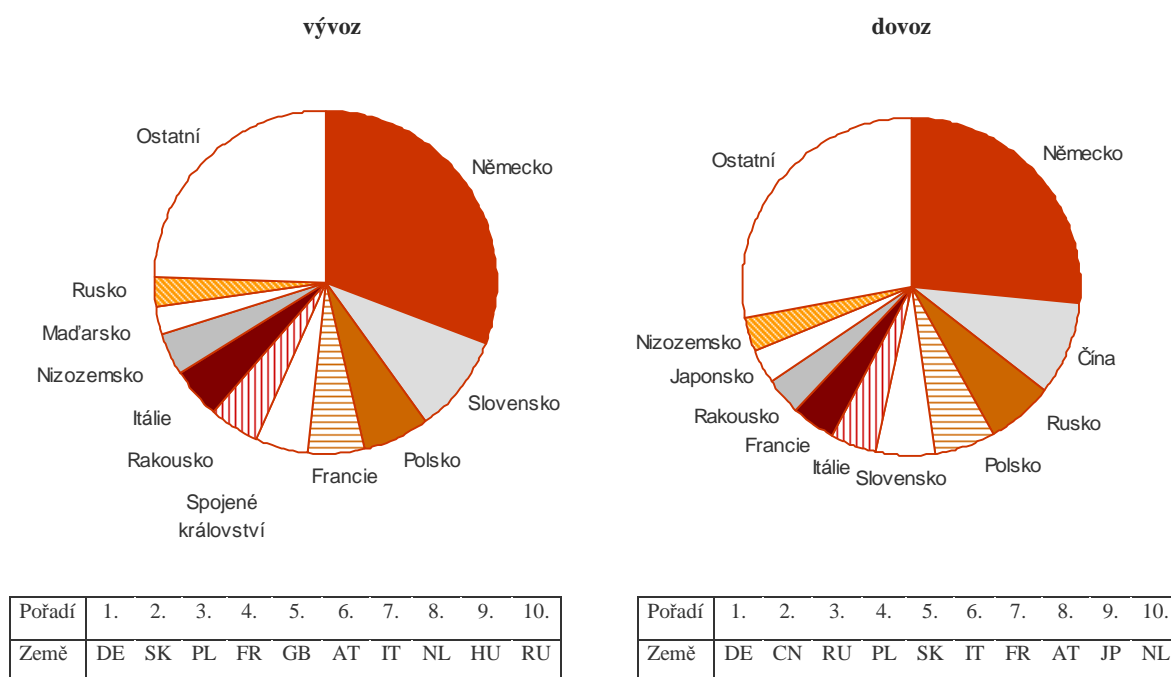
Zdroj: ČSÚ, 2010. Vlastní zpracování.

Německo se v roce 2003 i 2009 umístilo na prvním místě, mezi státy, jejichž zahraniční obchod s ČR měl pozitivní vliv na obchodní bilanci ČR. V roce 2003 vykázal zahraniční obchod s Německem aktivní saldo ve výši 38 mld. Kč a v roce 2009 se zvýšilo aktivní saldo na 164,8 mld. Kč. Druhé a třetí místo v obou letech obsadilo Slovensko a Spojené království, avšak v každém roku v jiném pořadí. V roce 2003 se na druhém místě umístilo Spojené království a na třetím místě Slovensko. V roce 2009 byla situace opačná, druhé místo obsadilo Slovensko a třetí Spojené království. V obou letech se pak mezi prvními deseti státy (kromě výše zmiňovaných) s pozitivním vlivem na obchodní bilanci ČR umístilo Rumunsko, Rakousko a Nizozemí. Srovnáme-li situaci za rok 2009, zjistíme že všechny země první desítky jsou členskými zeměmi EU.

Co se týče států jejichž zahraniční obchod s ČR měl negativní vliv na obchodní bilanci ČR, i zde se v obou letech na první příčce umístila Čína. V roce 2009 došlo téměř k trojnásobnému nárůstu záporného salda obchodní bilance s touto zemí ve srovnání s rokem 2003. V roce 2003 činilo záporné saldo 68,2 mld. Kč a v roce 2009 již 174,0 mld. Kč. Druhé místo v obou letech obsadilo Rusko. V roce 2003 dosáhla obchodní bilance s Ruskem záporného salda ve výši 49,4 mld. Kč a o šest let později se pohybovala

v záporné hodnotě přibližně kolem 56 mld. Kč. Na třetí příčce se v obou sledovaných letech umístilo Japonsko. Mezi prvními deseti státy, jejichž obchod s ČR měl negativní vliv na obchodní bilanci (kromě výše zmiňovaných) v obou letech patřily Malajsie, Korea, Tchaj-wan a USA. Rozdělíme-li opět státy první desítky za rok 2009 na státy EU a třetí země zjistíme, situaci přesně opačnou, než u států s pozitivním vlivem na obchodní bilanci. Všech deset států patří do skupiny třetích zemí.

Graf č. 3.4: Hlavní obchodní partneři ČR v roce 2008



Zdroj: ČSÚ, 2009. Vlastní úprava.

Převážná část vývozu (více jak tři čtvrtiny) směřovala v roce 2008 do deseti států, nejvíce do Německa kde bylo umístěno 30,7 % českého exportu. Podíl dalších zemí se pohyboval v rozmezí od 2,7 % u Ruska, přes 6,5 % u Polska až po 9,2 % u Slovenska. K dalším významným partnerům patřilo Rakousko, Itálie, Nizozemsko, Maďarsko, Francie, Spojené království a Rusko.

Také velká část dovozu (kolem 72 %) pocházela z deseti států. Největší dovoz byl realizován z Německa. Druhým nejvýznamnějším partnerem na straně dovozu byla Čína s podílem 8,9 %, třetím pak Rusko. Mezi první desítkou hlavních partnerů dovozu bylo

sedm států EU (Německo, Polsko, Slovensko, Itálie, Francie, Spojené království, Nizozemí) a tři státy ze skupiny třetích zemí (Rusko, Čína, Japonsko).

3.2.2 Komoditní struktura zahraničního obchodu

Zbožová struktura zahraničního obchodu je sledována pomocí **standardní mezinárodní nomenklatury** (SITC). Nomenklatura je členěna do 10 tříd, SITC 0 až SITC 9. ČSÚ jsou rozlišovány tyto třídy:

- 0 Potraviny a živá zvířata,
- 1 Nápoje, tabák,
- 2 Suroviny bez paliv,
- 3 Paliva,
- 4 Živočišné a rostlinné tuky,
- 5 Chemikálie,
- 6 Výrobky povahy materiálních meziproduktů,
- 7 Stroje, dopravní zařízení,
- 8 Různé průmyslové výrobky,
- 9 Komodity jinde nezatříděné.

Jestliže budeme analyzovat komoditní strukturu českého vývozu a dovozu vystupuje do popředí otázka, jaký je specializační profil české ekonomiky, tedy, jak tento specializační profil odpovídá komparativním výhodám české ekonomiky (Plchová, 2007). Jak uvádí Fojtíková (2009) komparativní výhody ČR lze rozdělit do dvou základních skupin:

- **komparativní výhody ČR při jejím zapojení do mezinárodní dělby práce, které jsou dány přírodními podmínkami,**
- **komparativní výhody ČR při jejím zapojení do mezinárodní dělby práce, které jsou dány ekonomickými podmínkami.**

Co se týká komparativních výhod ČR, které jsou dány **přírodními podmínkami**, řadíme zde např.:

- geografickou polohu ČR, která přináší komparativní výhodu tranzitivní polohy (mezinárodní tranzit zboží a služeb),
- geografické podmínky přinášející dále komparativní výhodu relativně bohatého výskytu minerálních vřidel a přírodních faktorů výhodných pro lázeňství,
- z geografických podmínek lze dále podtrhnout bohatý přírodní reliéf, což jsou hory i nížiny, jezera, lesy, bohatství fauny a flóry (Plchová 2007).

Mezi komparativní výhody, jež jsou determinovány **ekonomickými podmínkami** patří:

- vzdělaná a kvalifikovaná síla,
- relativně nízká úroveň mezd a platů,
- určitá úroveň zprůměrnění země,
- atraktivita architektonických a jiných kulturních památek pro zahraniční cestovní ruch.

V kontextu s komparativními výhodami se můžeme také setkat s pojmem komparativní nevýhody. Komparativní nevýhody mohou být, stejně jako komparativní výhody, determinovány ekonomickými či přírodními podmínkami. Mezi komparativní nevýhody, které jsou dány ekonomickými podmínkami patří malý počet obyvatel, nedostatek domácího kapitálu, technické a technologické zaostávání některých průmyslových odvětví, výrob, oborů a také nedostatečná adaptabilita u velké části domácích subjektů i celkového domácího ekonomického prostředí. V oblasti přírodních podmínek považujeme za komparativní nevýhodu malou geografickou polohu, geografické podmínky mírného pásu, které limitují možnosti zemědělské produkce, dále zde také patří stupeň ekologického znehodnocení či ohrožení přírody.

V souvislosti s komparativní výhodou rozlišujeme také pojem **zjevná komparativní výhoda**, která hodnotí vývozní potenciál země¹⁶. Hodnotíme-li zjevné komparativní výhody ČR při vývozech do EU, zjistíme, že ČR dosahuje zjevnou komparativní výhodu ve skupině SITC 7, což jsou stroje a dopravní prostředky, a dále ve skupině ostatních zpracovatelských výrobků SITC (6+8).

Tabulka č. 3.4: Vývoz podle tříd SITC (v mld. Kč)

Třídy SITC	1993	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
0 Potraviny a živá zvířata	25,1	36,4	47,4	61,1	62,0	71,9	77,9	77,7
1 Nápoje a tabák	4,6	8,2	8,9	10,6	10,7	14,5	16,5	16,3
2 Suroviny nepoživatelné	24,2	38,4	47,3	47,2	55,0	64,9	64,8	56,4
3 Min. paliva, maziva	23,2	39,4	49,9	57,4	61,8	67,5	85,2	77,5
4 Živočišné a rostl. oleje	1,0	1,0	1,0	1,8	1,6	2,1	2,8	2,6
5 Chemické výrobky	37,6	80,6	104,0	119,0	129,9	144,2	146,3	133,4
6 Polotovary a materiály	126,1	316,4	388,5	406,3	445,3	501,1	483,9	383,8
7 Stroje a dopravní prostř.	122,6	687,2	876,1	949,2	1141,7	1343,4	1320,4	1125,6
8 Průmyslové spotř. zboží	56,9	161,5	198,5	215,6	235,7	269,0	266,4	249,8
9 Komodity nezatříděné	0,4	1,8	0,9	0,5	0,7	0,8	1,3	2,0
Celkem	412,6	1370,9	1722,7	1868,6	2144,6	2479,2	2456,5	2125,1

Zdroj: ČSÚ, 2010. Vlastní zpracování.

Nejvyšší podíl na exportech ČR má dlouhodobě třída SITC 7 – Stroje a dopravní prostředky, jejíž podíl měl od roku 1993 rostoucí tendenci (vyjma let 2008 a 2009, kdy je zaznamenáván pokles podílu této skupiny na exportu ČR). Zatímco v roce 1993 činil export strojů a dopravních prostředků 122,6 mld. Kč, v roce 2007 dosáhl hodnoty

¹⁶ Fojtíková (2009) uvádí, že pro hodnocení specializace vývozu ČR je používán Balassův index zjevných komparativních výhod, který umožňuje hodnotit vývozní potenciál země. Balassův index zjevných komparativních výhod se vypočítá jako poměr podílu daného výrobku na celkových vývozech země, která je vyvážá do jiné země, k podílu stejného výrobku v této zemi na jejich celkových vývozech. Hodnota ukazatele větší než jedna vypovídá o tom, že země má při umístování dané produkce zjevnou komparativní výhodu.

1 343,4 mld. Kč, což znamená více jak desetinásobné zvýšení v roce 2007 oproti roku 1993.

Druhou významnou exportní třídou je třída SITC 6. Jako u předešlé třídy **SITC 7** i třída SITC 6 zaznamenává od roku 1993 vzestupnou tendenci exportu (opět vyjma let 2008 a 2009). I když se jedná objemově o druhou největší skupinu českého exportu, je nutné poukázat na markantní rozdíl mezi SITC 6 a SITC 7. Srovnáme-li například údaje za rok 2009 export třídy SITC 6 činí 383,8 mld. Kč a je tak o 741,8 mld. Kč nižší než export třídy SITC 7.

Třetí objemově největší exportní třídu tvoří SITC 8. Podíl této třídy je v posledních letech poměrně stabilní a pohybuje se okolo 230 až 260 mld. Kč. Třídy SITC 6 – SITC 8 se na celkových exportech ČR podílejí zhruba 80 %, zbytek připadá na ostatních sedm tříd, z nichž nejmenší je třída SITC 9. Obecně lze konstatovat, že ČR exportuje komodity, které se vyznačují vyšším stupněm zpracování a klesá podíl komodit s nižším stupněm zpracování.

Tabulka č. 3.5: Dovoz podle tříd SITC (v mld. Kč)

Třídy SITC	1993	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
0 Potraviny a živá zvířata	24,1	57,1	72,1	81,6	89,0	102,9	104,5	106,7
1 Nápoje a tabák	4,0	7,5	10,7	11,8	13,0	15,7	12,6	13,7
2 Suroviny nepoživatelné	21,2	41,0	51,4	51,4	57,3	58,3	61,7	43,8
3 Min. paliva, maziva	40,4	107,8	122,1	167,6	200,8	191,3	249,6	184,4
4 Živočišné a rostl. oleje	1,4	3,8	4,2	3,6	3,7	3,3	4,5	5,4
5 Chemické výrobky	47,5	164,4	184,8	201,5	219,1	248,5	245,9	222,4
6 Polotovary a materiály	70,5	289,8	360,8	274,3	428,5	500,2	473,4	353,3
7 Stroje a dopravní prostř.	162,2	616,3	739,9	736,9	870,7	1028,0	990,9	806,2
8 Průmyslové spotř. zboží	52,9	152,7	190,7	200,0	221,5	241,7	251,5	233,7
9 Komodity nezatříděné	1,8	0,4	0,8	1,3	1,1	1,3	2,1	2,3
Celkem	426,1	1440,7	1749,1	1830,0	2104,8	2391,3	2396,7	1971,9

Zdroj: ČSÚ, 2010. Vlastní zpracování.

Jak je vidět z tabulky č. 3.5 od roku 1993 hraje v importech ČR nejdůležitější roli třída SITC 7. Podíl třídy **SITC 7** se mezi roky 1993 – 2007 neustále zvyšoval a v roce 2007 dosáhl 1 028 mld. Kč, což představovalo přibližně 43 % celkových importů. V roce 2008 zaznamenala tato třída pokles o 37,1 mld. Kč oproti roku 2007 a v roce 2009 činil pokles dokonce 221,8 mld. Kč vzhledem k roku 2007. Procentní podíl dovozu třídy SITC 7 na celkových dovozech činil v roce 2009 40 %.

Druhou objemově největší komoditní skupinu tvoří třída **SITC 6**. V roce 1993 byl import této třídy 70,5 mld. Kč, v roce 2007 500,2 mld. Kč (což činí v roce 2007 více jak sedminásobek hodnoty z roku 1993) a v letech 2008 – 2009 nastalo opět snižování. Budeme-li znovu srovnávat první dvě objemově největší třídy, zjistíme, že rozdíl mezi těmito dvěma třídami není tak propastný jako u exportu. V roce 2009 tento rozdíl činil 452,9 mld. Kč.

O třetí místo se ve sledovaném období průběžně dělily třídy SITC 5 a SITC 8, jejichž hodnota importu se v současné době pohybuje od 220 do 230 mld. Kč. Mezi objemově nejmenší komoditní skupiny pro rok 2009 patří třídy SITC 9 s hodnotou importu 2,3 mld. Kč a třída SITC 4 s hodnotou 5,4 mld. Kč.

Tabulka č. 3.6 ukazuje skupiny SITC s nejvýznamnějším vlivem na obchodní bilanci v roce 2009. Největší pozitivní vliv na obchodní bilanci měla skupina silničních vozidel (SITC 78), která dosáhla kladného salda ve výši 207 mld. Kč. Na druhé příčce se umístila skupina strojů a zařízení všeobecně užívaných v průmyslu. Tato skupina realizovala kladné saldo, které bylo podstatně nižší než saldo předchozí skupiny a činilo 41,5 mld. Kč. Velmi dobré výsledky také vykázaly i další skupiny, např. SITC 69, SITC 76 atd.

Nejvýznamnější negativní vliv na obchodní bilanci měla třída **SITC 3**, konkrétně pak SITC 33 (ropa, ropné výrobky a příbuzné materiály) se záporným saldem 81 mld. Kč a SITC 34 (topný plyn, zemní i průmyslově vyráběný) se záporným saldem 54,1 mld. Kč.

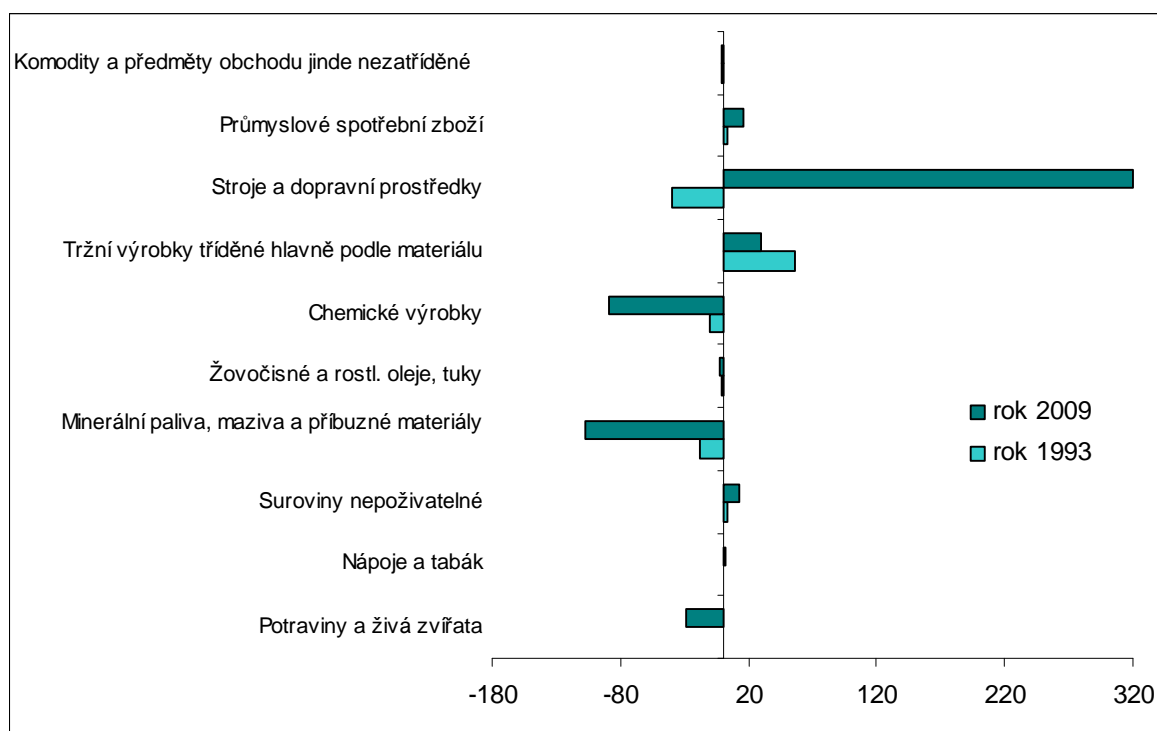
Mezi další významné komoditní skupiny s negativním vlivem na obchodní bilanci patřila skupina léčiv a farmaceutických výrobků nebo skupina železných kovů.

Tabulka č. 3.6: Skupiny SITC s největším vlivem na obchodní bilanci v roce 2009
(v mld. Kč)

Pozitivní vliv			Negativní vliv		
Skupiny SITC		Bilance	Skupiny SITC		Bilance
78	Silniční vozidla	207,0	33	Ropa, ropné výrobky a příbuzné materiály	-81,0
74	Stroje a zařízení všeobecně užívané v průmyslu	41,5	34	Topný plyn, zemní i průmyslově vyráběný	-54,1
69	Kovové výrobky	30,4	54	Léčiva a farmaceutické výrobky	-45,3
76	Zřízení k telekomunikaci, záznamu, reprodukci zvuku	26,4	68	Železné kovy	-27,6
66	Výrobky z nekovových nerostů	19,6	05	Ovoce a zelenina	-19,0
62	Výrobky z pryže	18,5	57	Plasty v prvotní formě	-12,2
79	Ostatní dopravní prostředky	17,2	01	Maso a masné výrobky	12,2
89	Různé výrobky	16,6	67	Železo a ocel	-12,1
35	Elektrický proud	14,2	59	Chemické prostředky a výrobky	-10,6
82	Nábytek a jeho díly	14,2	58	Plastické hmoty v neprvotních formách	-10,5

Zdroj: ČSÚ, 2010. Vlastní zpracování.

Graf č. 3.5: Obchodní bilance podle tříd SITC v roce 1993 a 2009 (v mld. Kč)

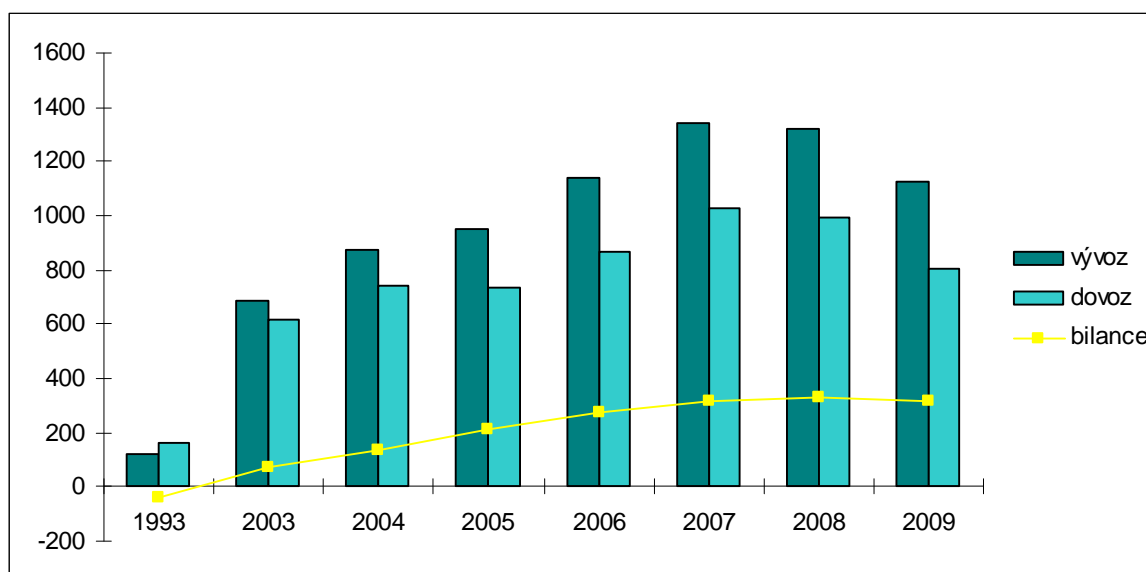


Zdroj: ČSÚ, 2010. Vlastní zpracování

Při srovnání obchodní bilance podle tříd SITC za rok 1993 a 2009 pozorujeme **značné změny**. Největší změna byla zaznamenána u SITC 7. Zatímco v roce 1993 dosahovala třída SITC 7 hodnoty záporného salda ve výši 39,6 mld. Kč, v roce 2009 činilo kladné saldo více jak 318 mld. Kč, což představuje nárůst v roce 2009 vzhledem k roku 1993 kolem 358 mld. Kč. Další významné změny byly zaznamenány v třídách SITC 3 a SITC 5. U obou těchto skupin byl zaznamenán objemový nárůst záporného salda, například v rámci SITC 3 bylo prohloubeno záporné saldo v roce 2009 oproti roku 1993 o 89,8 mld. Kč na 107 mld. Kč. Pokles kladného salda byl v roce 2009 vzhledem k roku 1993 zaznamenán u třídy SITC 6, podobná situace poklesu salda nastala i u třídy SITC 0 s tím rozdílem, že se zde bilance neudržela už v kladných číslech a přešla z kladného do záporného salda. Nepatrné změny pak nastaly v třídách SITC 1-2, SITC 4 a SITC 8-9.

Jak bylo uvedeno výše, skupina SITC 7 má největší vliv na aktivní saldo obchodní bilance, proto bude nyní blíže charakterizována.

Graf č. 3.6: Vývoj třídy SITC 7 v letech 1993 a 2003 – 2009 (v mld. Kč)

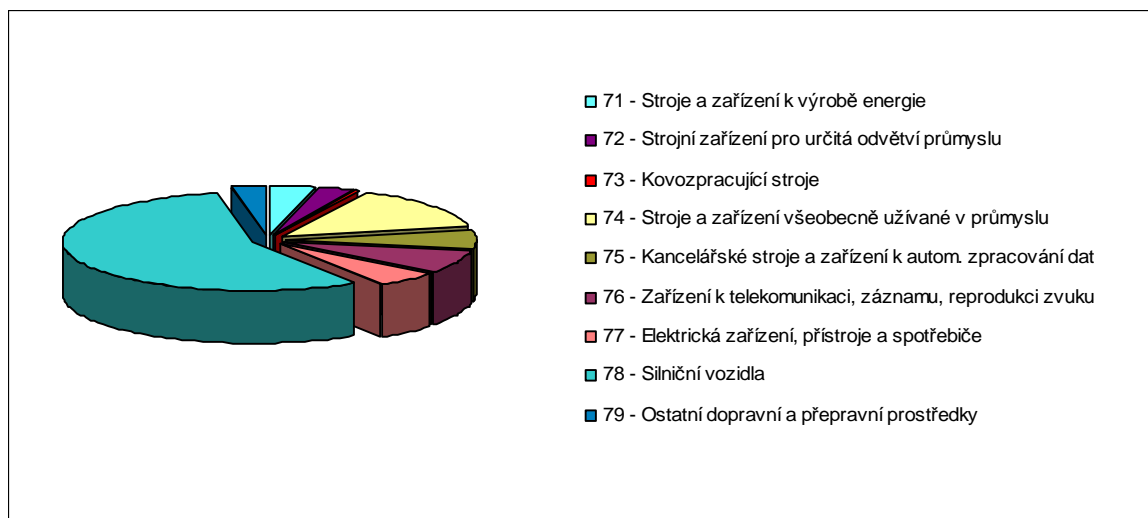


Zdroj: ČSÚ, 2010. Vlastní zpracování.

Zatímco v roce 1993 činilo **záporné saldo** 39,6 mld. Kč, v roce 2003 již bylo **saldo kladné** ve výši 70,9 mld. Kč a nadále se zvyšovalo až do roku 2008, kdy dosáhlo hodnoty 329,5 mld. Kč. V roce 2009 kladné saldo nepatrně kleslo o 10,1 mld. Kč na hodnotu 319,4 mld. Kč. Srovnáme-li roky 2003 a 2009 zjistíme, že se zvýšilo kladné saldo v roce 2009 o 248,5 mld. Kč vzhledem k roku 2003.

Na základně výše charakterizovaného vývoje třídy SITC 7 se nabízí otázka, která skupina v rámci třídy SITC 7 zapříčiňuje nejvíce její růst. Odpověď nalezneme v následujícím grafu.

Graf č. 3.7: Podíl jednotlivých skupin na obchodní bilanci v rámci SITC 7 za rok 2009 (v %)



Zdroj: ČSÚ, 2010. Vlastní zpracování.

Z uvedeného grafu vyplývá, že nejdůležitější a zároveň největší část třídy SITC 7 tvoří skupina **SITC 78** (silniční vozidla) s podílem na aktivním saldu bilance třídy SITC 7 ve výši přibližně 56 %. Druhé místo na aktivním saldu bilance SITC 7 s podílem kolem 14 % obsadila skupina SITC 74 (Stroje a zařízení všeobecně užívané v průmyslu). Podíly dalších skupin jsou spíše zanedbatelné a pohybují se od 7,95 % u skupiny SITC 76 (zařízení k telekomunikaci, záznamu a reprodukci) až do 0,31 % u skupiny SITC 73 (kovo zpracující stroje).

V České republice mají své sídlo **tři velké automobilky**, které se zaměřují na export. První je Škoda auto a. s., druhá TPCA Czech, s. r. o. (jedná se o společný podnik automobilek Toyota Motor Corporation a PSA Peugeot Citroen) a třetí automobilka Hyundai. Například, o důležitosti jedné z těchto tří společností svědčí fakt, že Škoda auto a. s. se umístila na prvním místě v rámci žebříčku nejvýznamnějších českých firem, který zveřejňuje sdružení CZECH TOP 100.

Je možno tedy konstatovat, že úspěchem českého zahraničního obchodu je automobilový průmysl, což mimo jiné znamená, že český zahraniční obchod je závislý na vývoji automobilového průmyslu a také na ekonomické situaci hlavních odběratelů. V souvislosti s celosvětovou krizí, se kterou se v současné době ČR potýká se ukazuje, že

závislost ČR na exportu automobilů působí velmi negativně na českou ekonomiku. Nejvíce automobilů ČR exportuje do **Německa** a na **Slovensko**, dále pak do USA, Polska nebo Rakouska. Podle Sdružení automobilového průmyslu se v ČR za rok 2009 vyrobilo více jak 975 tisíc silničních vozidel, z toho přibližně 90 % bylo exportováno a 10 % bylo prodáno v tuzemsku.

3.3 Shrnutí vývoje zahraničního obchodu v České republice

Zahraniční obchod sehrává v české ekonomice velmi důležitou roli, ovlivňuje jak výši hrubého domácího produktu, tak i jeho tempo růstu. V průběhu posledních dvacet let zaznamenal český zahraniční obchod značné změny, které souvisely především s procesem transformace ekonomiky. Po pádu komunismu v roce 1989 se zahraniční obchod začal přeorientovávat od tehdejších východních partnerů zpátky na trhy západních zemí, na které byl orientován před druhou světovou válkou. Asi nejdůležitějším mezníkem ve vývoji zahraničně-obchodní politiky, od vzniku samostatného státu, byl rok 2004, kdy se Česká republika stala členským státem EU a tím se začlenila do největší zóny volného obchodu na světě, což přineslo lepší podmínky pro obchodování i fyzický pohyb zboží.

O významu zahraničního obchodu v české ekonomice svědčí i míra její otevřenosti. Pokud jde o vývoj míry otevřenosti v čase, lze hovořit o jejím dlouhodobém vzestupu. Zatímco v roce 1993 činila míra otevřenosti (měřená pomocí podílu exportu na HDP) 41 % v roce 2007 už přesahovala hranici 70 %. Rok 2008 přinesl z důvodu světové krize pokles otevřenosti, který pokračoval i v roce 2009, kdy se míra otevřenosti pohybovala okolo 58 %.

Co se týká celkového vývoje zahraničního obchodu, vede si Česká republika celkem dobře. Export v roce 2009 ve srovnání s rokem 1993 vzrostl téměř šestkrát a obdobně na tom byl i dovoz. Na straně vývozu jsou hlavními partnery ČR Německo, Slovensko nebo Polsko. Největší dovozy jsou realizovány z Německa, Číny nebo Ruska. Z jednotlivých zemí má největší negativní vliv na obchodní bilanci zahraniční obchod s Čínou, který v roce 2009 dosahoval schodku 174 mld. Kč. Naopak, největší pozitivní vliv

na obchodní bilanci měl za rok 2009 zahraniční obchod s Německem, jehož kladné saldo činilo více jak 164,8 mld. Kč.

Komoditní struktura českého zahraničního obchodu je sledována pomocí standardní mezinárodní nomenklatury (SITC). Z dlouhodobého hlediska má největší podíl na exportech ČR třída SITC 7 (Stroje a dopravní zařízení). V roce 2009 dosáhl export této třídy hodnoty 1 125,6 mld. Kč. Druhou významnou třídou je SITC 6 (Polotovary a materiály), třetí pak SITC 8 (Průmyslové spotřební zboží). Celkově se třídy SITC 6 – SITC 7 podílejí na českém exportu zhruba 80 %. Stejně třídy SITC i ve stejném pořadí se podílejí také nejvíce na českém importu. Jejich podíl na importu se pohybuje kolem 70 %.

Většina vyspělých států se snaží poskytovat podporu domácím exportérům a připravuje strategie, které mají zajistit podmínky pro růst exportu země. Ne jinak je tomu i v ČR.

4 STÁTNÍ PODPORA VÝVOZU V ČESKÉ REPUBLICE

Státní podpora exportu je odrazem aktivního přístupu vlády dané země k zahraničně obchodní politice. Státní podpora exportu může nabývat různých forem od klasických nástrojů v podobě poradenství a poskytování informací, až po nástroje finanční. Nezastupitelnou roli sehrává zejména u malých ekonomik, které jsou díky své nekomplexní ekonomice a malému vnitřnímu trhu relativně intenzivně zapojeny do zahraničního obchodu. Vlastní exportní politiku je nutno považovat za doplňující nástroj státní hospodářské politiky, který slouží především k lepšímu poznání potřeb zahraničních odbytišť, k usnadnění přístupu na trhy vývozních zájmů a k částečnému krytí zvýšených rizik vyplývajících z vývozních obchodů (Jirges, Plchová, 1996).

Systémy státních podpor se v jednotlivých vyspělých ekonomikách nevyvíjely stejně, což bylo zapříčiněno jak značně rozdílným institucionálním uspořádáním, tak i celkovou úrovní a podmínkami přístupu k vyčleněným veřejným zdrojům. Pro všechny systémy je však v současné době charakteristický vysoký stupeň komplexnosti poskytovaných služeb umožňující tuzemským firmám za stanovených pravidel využívat pomoci státu v každé fázi vývozu, liší se však rozdílnými formami vývozních podpor. Všeobecně je podpoře exportu přikládán velký význam z hlediska konkurenční schopnosti tuzemských podniků na zahraničních trzích (Plchová, 2007).

4.1 Základní východiska pro podporu exportu

V kontextu s ekonomickou reformou a s transformací ekonomiky na začátku devadesátých let, se zároveň rozvíjela i oblast státní podpory exportu. V této době došlo k reorganizaci ústředních orgánů státní správy, včetně těch resortů, jejichž činnosti byly spojeny s výkonem či podporou zahraničního obchodu. Byly vytvářeny legislativní podmínky pro vznik a činnost státních a nestátních organizací, jejichž aktivity souvisejí s podporou exportu. Postupem času vznikaly první proexportně orientované organizace jako například Exportní garanční a pojišťovací společnost (1992), Česká exportní banka (1995) nebo agentura CzechTrade (1997). V roce 1995 byl přijat zákon č. 58/1995 Sb., o pojišťování a financování vývozu se státní podporou. Tento zákon přinesl stabilnější

podmínky pro fungování Exportní garanční a pojišťovací společnosti, byl ale také impulzem pro zřízení dalších proexportně orientovaných institucí. Činnosti a produkty jednotlivých proexportních subjektů však nebyly v průběhu devadesátých let koordinovány a jejich aktivity probíhaly diverzifikovaně. Ke změně došlo v roce 1999, kdy vláda ČR vzala na vědomí materiál Proexportní politika a tím došlo k systémovému řešení celé oblasti podpory exportu (Tichá, 2007).

Dokument Proexportní politika se stal nedílnou součástí státní hospodářské politiky, který definuje, vymezuje a zakládá hlavní principy českého modelu státní podpory exportu. Podle tohoto dokumentu má státní proexportní politika charakter nepřímé podpory, zachovává klima volné hospodářské soutěže, je v souladu se všemi mezinárodními závazky, které ČR dobrovolně přijala a respektuje pravidlo rovného přístupu. Z hlediska institucionálního jsou vykonavateli státní proexportní politiky orgány státní správy a organizace, které stát za účelem podpory exportu zřídil. Řídící roli v rámci státní proexportní politiky sehrává Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR (Plchová a kol., 2007).

Pro období let 2003 – 2006 byla přijata nová koncepce proexportní politiky, která měla za cíl především zvýšení českého exportu na obyvatele a přiblížení výše tohoto ukazatele úrovni dosahované srovnatelně velkými zeměmi EU. V současnosti základním materiálem koncepce proexportní politiky ČR je Exportní strategie ČR pro období 2006 – 2010.

Konstrukce proexportní politiky je v ČR založena na třech úrovních. Základní úroveň tvoří proexportní nástroj či opatření. Druhá úroveň se skládá potom z oblasti proexportní politiky, v níž se sdružují nástroje a opatření. Třetí úroveň je tvořena dohromady pěti oblastmi, mezi které patří:

- odstraňování tarifních a netarifních bariér vývozu, zahraničně obchodní strategie, koordinace státních proexportních aktivit,
- financování a pojišťování vývozu se státní podporou,
- informatika, asistence, poradenství a odborné vzdělávání,

- propagace a prezentace českých výrobců a produktů v zahraničí,
- doplňková nebo časově omezená proexportní opatření (Tichá, 2007).

Vstupem ČR do EU musela ČR přijmout *acquis* Společenství a spoluúčast na provádění společné obchodní politiky (SOP), avšak proexportní politika součástí společné obchodní politiky není, tzn. že členské státy používají své vlastní nástroje a opatření na podporu exportu v závislosti na finančních možnostech každého z nich. Jedním z cílů SOP EU, který má legislativní základ v nařízení Rady č. 2603/69, je podpora vývozu prostřednictvím různých nástrojů a opatření. Tímto nařízením byla přijata společná pravidla pro export¹⁷, s jejichž aplikací se počítá na všechny zemědělské a průmyslové výrobky, a která jsou uplatňována vůči třetím zemím. Na úrovni EU existují také různé skryté formy podpory unijních exportérů. Hlavní způsob jak podpořit export je skrz SOP EU. Díky SOP EU jsou sjednávány Evropskou komisí (EK) obchodní podmínky s třetími zeměmi, které zjednodušují vzájemný obchod ve prospěch unijních vývozců. EC dále dohlíží na to, aby byly závazky plynoucí ze smluv třetími zeměmi plněny. Za tímto účelem začal v EU od počátku roku 1995 fungovat tzv. mechanismus odstraňování obchodních bariér (TBR) (Fojtíková, 2009). TBR představuje nástroj, jež je zaměřen na otevírání trhů třetích zemí odstraňováním obchodních překážek. TBR má široký rozsah uplatnění, vztahuje se jak na zboží a služby, tak i na práva duševního vlastnictví (EC, 2005).

Dalším opatřením podpory vývozu na úrovni EU mohou být přímé nebo vývozní podpory poskytované unijním zemědělským výrobcům, které jsou financované v rámci realizace společné zemědělské politiky. Evropská unie zároveň financuje šíření informací o zemědělských produktech EU na trzích třetích zemí. Jde o informace týkající se kvality

¹⁷ Společná pravidla pro vývoz jsou uplatňována v případě pojišťování vývozních úvěrů, při vývozu zboží a technologií dvojího užití, při vývozu určitých položek kulturní povahy nebo při zákazu vývozu „mučících nástrojů“. Podstata těchto společných pravidel je v realizaci volného a neomezeného vývozu do třetích zemí, který nepodléhá množstevnímu omezení, což ale nevylučuje možnost členských států zavádět množstevní omezení nebo zákazy vývozu v zájmu ochrany veřejné morálky, politiky či bezpečnosti (Fojtíková, 2009, s. 149).

zemědělských výrobků, hygienických norem, bezpečnosti potravin či přátelskému přístupu ke zvířatům a životnímu prostředí. Za skrytou podporu vývozu může být označena i možnost čerpání prostředků ze strukturálních fondů EU, prostřednictvím vyhlášených operačních programů v jednotlivých členských státech¹⁸. Jednotlivé programy mohou být zaměřeny na podporu malého a středního podnikání a prostředky z nich lze použít na financování výdajů souvisejících s reklamou a prezentací unijní firmy na zahraničních akcích. Určitá proexportní opatření je možno nalézt i v rozvojové spolupráci s třetími zeměmi, kdy EU poskytuje finanční a technickou pomoc hospodářsky méně vyspělým zemím a současně se snaží do budoucna vytvořit podmínky pro vzájemně výhodnou obchodní spolupráci (Fojtíková, 2009).

Kromě pravidel EU musí Česká republika respektovat další mezinárodní závazky pro státem podporované vývozní úvěry sjednané v rámci WTO a OECD. Jako členská země WTO dodržuje závazek o vývozních subvencích v rámci Dohody o subvencích a vyrovnávacích opatřeních. Tato dohoda rozlišuje pojmy subvence a specifická subvence. Subvencí se rozumí poskytnutí finančního příspěvku vládou v zemi původu nebo vývozu nebo jakákoliv jiná forma příjmové či cenové podpory, kterou je příjemci poskytnuta výhoda. Specifické subvence jsou ty, kterými poskytující orgán výslovně omezí přístup k subvenci jen pro určitý podnik, skupinu podniků nebo výrobní odvětví. Specifické subvence jsou rozděleny na zakázané, napadnutelné a nenapadnutelné. Zakázané subvence, mezi které patří různé vývozní úvěrové záruky nebo pojištění, programy eliminace kusových rizik za zvýhodněné sazby, vývozní úvěry poskytnuté přímo vládami nebo jimi kontrolovanými institucemi se zvýhodněnými podmínkami, nesmí členské země WTO poskytovat. Z tohoto by se dalo vyvodit, že činnost např. České exportní banky je zakázaná. Platí však také jiné pravidlo, podle něhož členský stát WTO jako smluvní strana mezinárodního závazku týkajícího se oficiálních vývozních úvěrů, se chová podle Ujednání OECD o pravidlech pro oficiálně podporované exportní úvěry (Konsensus OECD) a vývozní úvěrová praxe, která je v souladu s tímto konsensem není považována za zakázanou vývozní subvenci (Budínský a kol., 2000). Konsensus OECD, který byl

¹⁸ V ČR je to pro současné programovací období let 2007-2013 Operační program Podnikání a inovace.

implementován do acquis Společenství a ČR se stala tzv. participantem Konsensu prostřednictvím svého členství v EU. Mezi základní ustanovení Konsensu OECD patří (Svatoš, 2007, s. 124):

- upravuje jen exportní úvěry se splatností delší dvou let a nevztahuje se na vývoz vojenského materiálu a zemědělských produktů,
- stanoví maximální dobu splácení pro bohaté země pět let (výjimečně 8,5 roku) a pro země relativně chudé deset let,
- minimálně 15 % hodnoty kontraktu musí být placeno předem nebo při dodávce,
- stanoví maximální výši pojistného při pojištění exportního úvěru a to podle rizikovosti země dovozu,
- jistina a úroky musí být spláceny současně v rovnoměrných splátkách ne delších než 6 měsíců.

Na základě hlavních omezení a východisek se v ČR postupně vyvinul rozsáhlý a propracovaný systém státní podpory exportu, nicméně se v souvislosti s exportem vyskytují určité problémy a nedostatky. Jedná se buď to o nedostatky či chyby, kterých se dopouštějí samotní exportéři nebo stát. Jak uvádí Fojtíková (2009) mezi nejčastější chyby na straně českých exportérů při umísťování produkce na světových trzích patří nepružnost českých firem, špatný výběr obchodního partnera, jazyková nepřipravenost, nízká kvalita prezentačních materiálů o firmě a jejím výrobku, nevhodně stanovená cena nabízeného výrobku, nedůvěra, nedostatečná úcta ke kupujícímu nebo netrpělivost a nepřipravenost.

Postupem času se ve státní podpoře exportu vyskytly následující problémy (Fojtíková, 2009):

- Značná roztržštěnost služeb poskytovaných státem prostřednictvím vládních institucí a duplicita činností těchto institucí.
- Problém lidských zdrojů, který spočívá v nedostatečně vymezených kompetencích úředníků ministerstva průmyslu a obchodu a ministerstva zahraničních věcí.
- Nepružnost státu při řešení problémových oblastí.
- Nevyváženost zemí zahrnutých do Exportní strategie ČR na období 2006 – 2010, kdy byla vytvořena skupina zemí tzv. zvláštního významu, se kterými ČR realizuje přebytek obchodu a na druhé straně skupina zemí prioritních, bez ohledu a přebytek či deficit vzájemného obchodu.

- Nedostatky ve statistických údajích o vývoji a struktuře zahraničního obchodu ČR.
- Problém související se směnnými kurzy v souvislosti s posilováním české koruny vůči dolaru a euru.

4.2 Institucionální rámec proexportní politiky ČR

ČR disponuje standardní soustavou institucí na podporu exportu jako jiné země EU. Jednotlivé instituce, které se podílejí na podpoře exportu můžeme v zásadě rozdělit na dvě skupiny:

- státní instituce na podporu exportu a
- nestátní instituce na podporu exportu¹⁹.

Státní podpora exportu je realizována prostřednictvím ústředních orgánů státní správy (především ministerstva průmyslu a obchodu, ministerstva financí a ministerstva zahraničních věcí). Kromě těchto ministerstev stát poskytuje pomoc také v rámci specializovaných institucí, jako jsou Exportní garanční a pojišťovací společnost, Česká exportní banka, CzechTrade, CzechInvest a Česká centra. (Fojtíková, 2009).

Hlavním důvodem, proč je podpora exportu realizovaná prostřednictvím orgánů státní správy, je zajištění rovného přístupu k proexportním službám. Jestliže by podpora exportu byla poskytována pouze soukromými společnostmi, mohla by nastat situace, kdy řada malých a středních podnikatelů by k této podpoře ztratila přístup z důvodu nedostatku financí. Ačkoli většina služeb státu v rámci podpory exportu je zpoplatněna, jedná se spíš o částky symbolické, zdaleka nepokrývající skutečné náklady na tyto služby.

¹⁹ Nestátní podpora exportu je v ČR zajišťována celou řadou organizací a agentur, které jsou ve vlastnictví soukromých subjektů. Mezi tyto organizace například patří Komerční a úvěrová pojišťovna EGAP, a. s., Asociace exportérů, Česká podnikatelská reprezentace při EU nebo Hospodářská komora České republiky.

Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR (MPO ČR) je ústředním orgánem státní správy, jehož hlavní funkcí v oblasti proexportní politiky je zastřešovat zahraniční obchod a podporovat export. Mezi hlavní kompetence MPO v oblasti zahraničního obchodu ČR patří (Beneš, 2004, s. 79):

- Odstraňování tarifních a netarifních bariér vývozu. Vytváří proexportní strategie. Podílí se na obchodně diplomatických aktivitách a řízení státní proexportní politiky.
- Financování a pojištění vývozu a adresná rozvojovou pomoc. V tom úzce spolupracuje s Exportní garanční a pojišťovací společností a Českou exportní bankou.
- Informační činnost, poradenství, asistenční a odborné vzdělávání. MPO spolupracuje v této oblasti především s agenturami CzechTrade a CzechInvest, Agenturou pro rozvoj podnikání nebo se Správou českých center.
- Propagace a prezentace českých podniků v zahraničí.

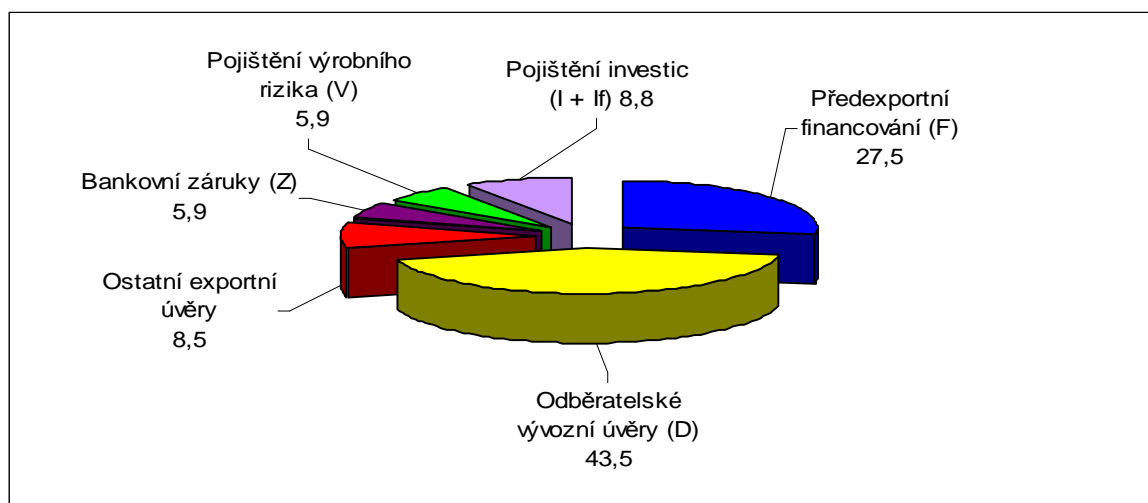
Pro zlepšení přístupu k informacím v oblasti vnějších ekonomických vztahů byla na MPO vytvořena Zelená linka pro export, která poskytuje efektivní poradenství zejména začínajícím exportérům. MPO také úzce spolupracuje s ministerstvem zahraničních vztahů (MZV), které je ústředním orgánem státní správy v oblasti zahraničních vztahů. Spolupráce MPO a MZV je realizována na základě dohod²⁰. Koordinace vzájemné spolupráce mezi těmito ministerstvy probíhá pomocí Stálé pracovní skupiny, která se skládá z náměstků ministrů obou ministerstev. MZV působí v zahraničí především prostřednictvím svých zastupitelských úřadů, jejichž hlavním úkolem je vytvářet podmínky pro rozvoj vnějších ekonomických vztahů ČR s danou zemí (MPO, 2010).

²⁰ První dohodu představuje Dohoda o spolupráci Ministerstva zahraničních věcí ČR a Ministerstva průmyslu a obchodu ČR v otázkách spojených se zabezpečováním zahraničněobchodní politiky, zahraničního obchodu a podpory exportu v činnosti zahraniční služby České republiky, podepsaná na úrovni ministrů v roce 1998 a upravená v roce 2000. Druhou dohodou je Dohoda Ministerstva zahraničních věcí ČR a Ministerstva průmyslu a obchodu ČR o koordinaci činností podřízených příspěvkových organizací, jejichž aktivity se dotýkají zahraničně ekonomické činnosti, podepsaná na úrovni ministrů v roce 1999 (MPO, 2010).

Exportní garanční a pojišťovací společnost (EGAP) je akciovou společností, která byla založena v roce 1992 a jejím jediným vlastníkem je stát. Její činnost se řídí zákonem č. 58/1995 Sb., o pojišťování a financování vývozu se státní podporou, ve znění pozdějších předpisů. Stát vykonává svá vlastnická práva pomocí čtyř ministerstev a to ministerstva průmyslu a obchodu, ministerstva zahraničních věcí, ministerstva financí (MF) a ministerstva zemědělství (MZ). Hlavní činností EGAP je pojišťování vývozních úvěrů proti teritoriálním a komerčním rizikům spojených s vývozem zboží a služeb z ČR. EGAP poskytuje své produkty v souladu s pravidly Konsensu OECD, které se dělí na:

- pojištění krátkodobého vývozního dodavatelského úvěru (B),
- pojištění bankou financovaného krátkodobého vývozního dodavatelského úvěru (Bf),
- pojištění střednědobého a dlouhodobého vývozního dodavatelského úvěru (C),
- pojištění bankou financovaného střednědobého a dlouhodobého vývozního dodavatelského úvěru (Cf),
- pojištění vývozního odběratelského úvěru (D),
- pojištění potvrzení akreditivu (E),
- pojištění úvěru na předexportní financování (F),
- pojištění investic českých právnických osob v zahraniční (I),
- pojištění úvěru na financování investic českých právnických osob v zahraniční (If),
- pojištění prospekce zahraničních trhů (P),
- pojištění proti riziku nemožnosti plnění smlouvy o vývozu (V),
- pojištění bankovních záruk vystavených v souvislosti s exportním kontokorentem (Z).

Graf č. 4.1: Produktová skladba pojištění EGAP (v %)

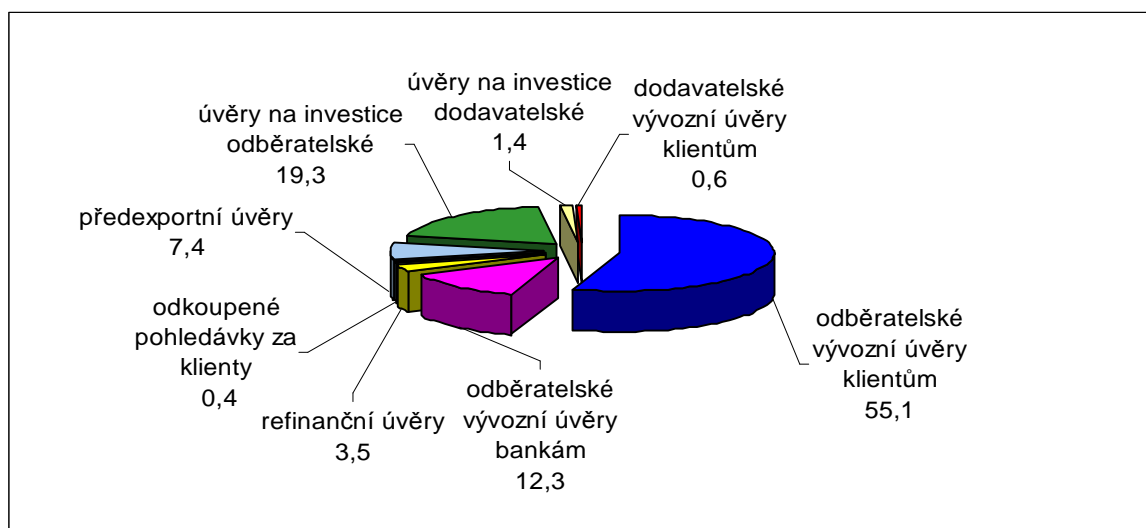


Poznámka: Zahrnuje období od 1. 1. 2009 – 31. 8. 2009.

Zdroj: EGAP, 2010. Vlastní úprava.

Česká exportní banka, a. s (ČEB) byla založena zakladatelskou smlouvou dne 22. 12. 1994. Jedná se o specializovanou bankovní instituci, která je přímo a nepřímo vlastněna státem. Stát vlastní podíl ve výši 72,9 %. Vykonavateli jeho vlastnických práv jsou MF, MPO, MZ a MZV, díky těmto ministerstvům vykonává tak svá vlastnická práva přímo. Nepřímé vlastnictví je realizováno pomocí EGAP, která vlastní podíl 27,1 %. Hlavním posláním ČEB je poskytovat a financovat vývozní úvěry a další služby související s vývozem. Své služby poskytuje za výhodnějších podmínek oproti podmínkám tržním, zejména co se týká hlediska doby splatnosti závazků a výše úrokových sazeb. Veškeré aktivity ČEB jsou v souladu s pravidly WTO, příslušnými doporučeními OECD a směrnicemi EU (ČEB, 2006). ČEB působí v mnoha oblastech, mezi její hlavní produkty patří úvěr na financování výroby, přímý vývozní dodavatelský nebo odběratelský úvěr, nepřímý vývozní odběratelský úvěr, úvěr na investice v zahraniční, refinanční vývozní dodavatelský úvěr, refinanční odběratelský úvěr, odkup pohledávek z akreditivu bez postihu, odkup vývozních pohledávek s pojištěním bez postihu či financování prospekce zahraničních trhů.

Graf č. 4.2: Struktura úvěrového portfolia podle typu úvěru za rok 2008 (v %)



Zdroj: ČEB, 2006. Vlastní úprava.

Česká agentura na podporu obchodu CzechTrade je příspěvkovou organizací MPO, která byla zřízena v roce 1997. Hlavním přínosem této agentury je poskytování služeb ke zvyšování exportní výkonnosti a konkurenceschopnosti českých firem. Agentura CzechTrade má 33 zahraničních kanceláří s působností v 35 zemích²¹. Úkolem těchto zahraničních kanceláří je poskytovat aktuální a ověřené informace z jednotlivých zemí, mapovat obchodní příležitosti a nabízet individuální asistenční služby jednotlivým českým exportérům. Služby agentury CzechTrade lze rozdělit do následujících oblastí:

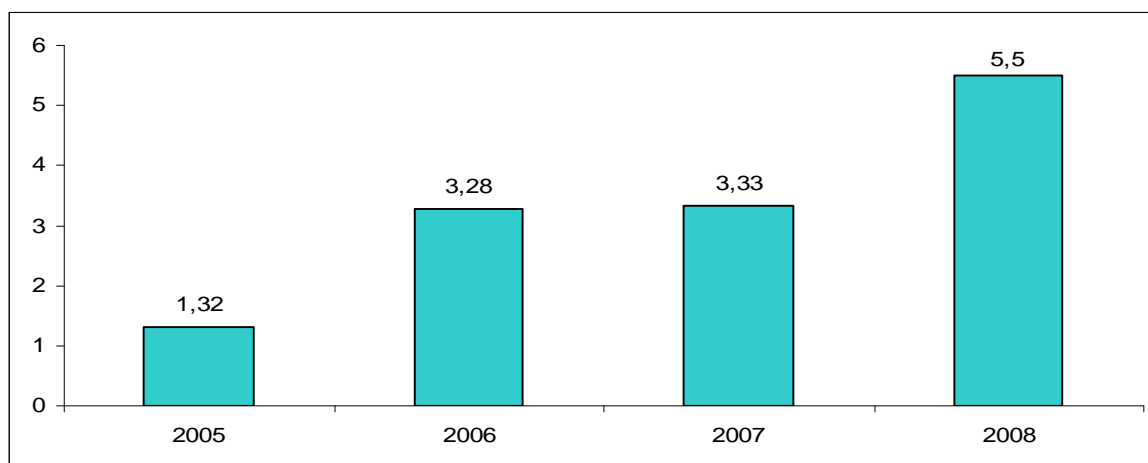
- *Začínáme s exportem* => agentura napomáhá nalézt obchodní příležitosti k podnikání pro začínající exportéry.
- *Konzultace a poradenství* => CzechTrade poskytuje informace týkající se exportních záměrů firem.
- *Individuální služby v zahraničí* => individuální služby v zahraničí jsou poskytovány zahraničními kanceláři. Tyto služby jsou „šité na míru“ na základě individuálních potřeb klienta. Mezi nejčastěji poskytované služby patří služby

²¹ První zahraniční kanceláře byly zřízeny v Číně, Egyptu, Francii, Chorvatsku, Polsku, Španělsku, Ukrajině a Velké Británii.

v oblasti průzkumu trhu, vyhledávání obchodních kontaktů, ověřování zájmů o výrobek, zjištění bonity zahraničního partnera či organizace obchodních jednání.

- *Prezentace a veletrhy* => CzechTrade se snaží podporovat také zahraniční firemní marketing.
- *Exportní akademie* => cílem agentury je systematicky, kvalitně a cíleně vzdělávat české exportéry, proto pořádá odborné teritoriální semináře, exportní konference nebo kurz Minimum exportéra a Úspěšný exportér.
- *Exportní příležitosti* => nové exportní příležitosti jsou zveřejňovány v on-line databázích na stránkách BusinessInfo.cz.
- *Vývozní aliance* => CzechTrade nabízí organizační a asistenční podporu odborným sdružením firem, které společně vystupují nebo působí na zahraničních trzích. Předností spojení firem ve vývozní alianci je například skutečnost, že se mohou svými výrobky a službami navzájem doplňovat a získat tak mnohem zajímavější zakázku²².
- *Design pro export* => jedná se o balíček individuálních služeb v oblasti průmyslového designu.

Graf č. 4.3: Objem exportu klientů podpořených službou agentury CzechTrade v roce 2008 (v mld. Kč)



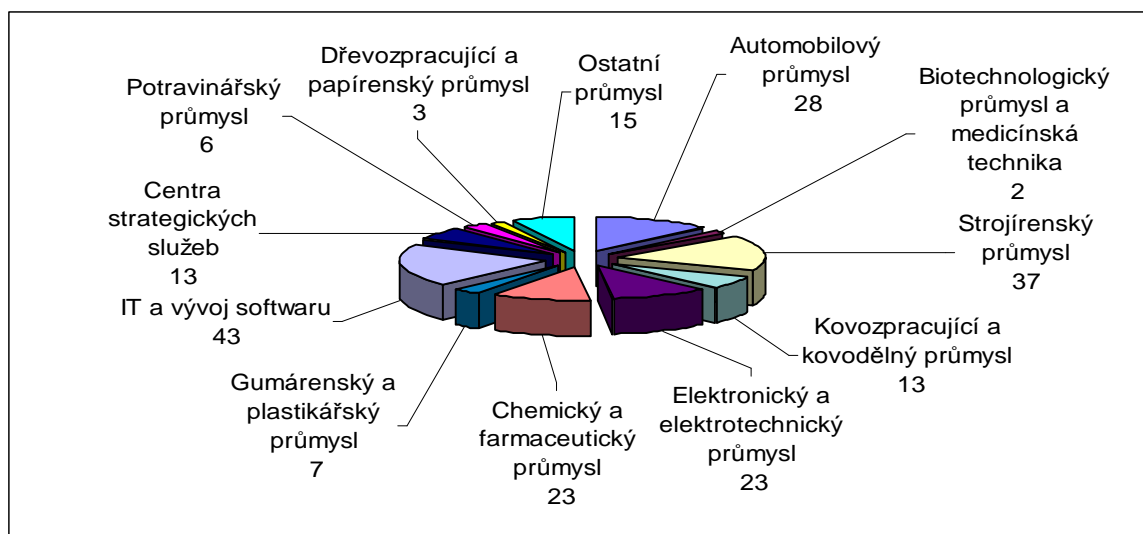
Zdroj: CzechTrade, 2009. Vlastní úprava.

²² K 30. dubnu 2009 počet vývozních aliancí činil 22, sdružujících dohromady 136 firem.

Agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest je státní příspěvková organizace podřízená MPO, která vznikla v roce 1992. Jejím původním cílem bylo podporovat příliv přímých zahraničních investic do České republiky. V současné době se její činnost zaměřuje na posilování konkurenceschopnosti české ekonomiky prostřednictvím podpory malých a středních podnikatelů, podnikatelské infrastruktury, inovací a získávání zahraničních investic z oblasti výroby. CzechInvest zastřešuje celou oblast podpory podnikání ve zpracovatelském průmyslu, a to jak z prostředků státního rozpočtu, tak z prostředků EU. Propaguje také Česko v zahraničí jako lokalitu vhodnou pro umístění mobilních investic. Dále je výhradní organizací, která může předkládat nadřízeným orgánům žádosti o investiční pobídky a podporuje české firmy, jež mají zájem zapojit se do dodavatelských řetězců nadnárodních společností. V roce 2004 založila agentura CzechInvest síť 13 regionálních kanceláří ve všech krajských městech, které mají za úkol poskytovat informace o činnosti agentury a možnostech podpory podnikání. Mezi služby CzechInvestu patří:

- informace o možnostech podpory pro malé a střední podnikatele,
- implementace dotačních programů financovaných státem a EU,
- formální poradenství k projektům,
- zprostředkování státní investiční podpory,
- pomoc při realizaci investičních projektů,
- „AfterCare“ služby pro zahraniční investory, kteří již působí v České republice, podpora při reinvesticích.

Graf č. 4.4: Sektorové rozdělení investičních projektů zprostředkovaných agenturou CzechInvest v roce 2008



Zdroj: CzechInvest, 2010. Vlastní úprava.

Česká centra (ČC) jsou příspěvkovou organizací MZV, jejichž činnost koordinuje Správa českých center. Česká centra začala vznikat po rozpadu federace. V současné době působí ve 24 městech 21 zemí²³. Specifická je úloha Českého centra Praha, jehož hlavní úlohou je informovat širokou veřejnost o aktivitách a posláních Českých center v zahraničí. Činnost ČC je soustředěna do 3 oblastí, a to kultura a vzdělávání, podpora vnějších ekonomických vztahů a podpora cestovního ruchu (ČC, 2003).

V oblasti vnějších ekonomických vztahů spočívá úloha Českých center v navazování obchodní spolupráce mezi českými a zahraničními subjekty a také v propagaci českých společností v zahraničí. Za tímto účelem zajišťují kontakty na potencionální obchodní partnery v zahraničí či další požadované subjekty. Mohou také zajišťovat bezplatnou inzerci v zahraničí. Zahraniční ČC přispívají svými informacemi do

²³ ČC mají své zastoupení v Argentině, Belgii, Bulharsku, ČR, Francii, Itálii, Izraeli, Japonsku, Maďarsku, Německu, Nizozemí, Polsku, Rakousku, Rumunsku, Rusku, Slovensku, Španělsku, Švédsku, Ukrajině, USA a Velké Británii.

databáze poptávek, která je vedena na internetové adrese <http://www.export.cz>. Tato databáze informuje především české podnikatele o zahraničních odbytových možnostech (ČC, 2003).

4.3 Exportní strategie pro období 2006 - 2010

Exportní strategie pro období 2006 – 2010 představuje základní materiál současné koncepce proexportní politiky, který byl schválen vládou ČR 7. 12. 2005. Exportní strategie reaguje hlavně na změny, ke kterým došlo především v souvislosti se vstupem ČR do EU. Nové požadavky na aktualizaci koncepce proexportní politiky byly žádoucí zejména v oblasti poskytování služeb. Bylo nutné definovat nové přístupy, které zajistí zlepšení pozice na trzích EU. Exportní strategie vychází ze zásad Strategie hospodářského růstu a navazuje na Koncepci proexportní politiky pro období 2003 - 2006. Je v souladu s Koncepcí jednotné privatizace ČR, Koncepcí zahraniční politiky ČR, Koncepcí zahraniční rozvojové politiky ČR pro léta 2002 – 2007 a Strategií udržitelného rozvoje ČR (MPO, 2005).

Exportní strategie navrhuje systém nástrojů, které budou účinné, komfortní pro podnikatele a budou také v souladu s pravidly tržní ekonomiky. Z pohledu státu musí být tyto nástroje flexibilní a efektivní. Při vytváření exportní strategie se vycházelo z analýzy podpory vývozu jak v zemích EU a USA, požadavků podnikatelů a také z analýzy silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb české ekonomiky. I když v posledních letech je patrné posilování pozice ČR ve světovém obchodu, hledá nová exportní strategie nové nevyužité příležitosti růstu mezinárodní konkurenceschopnosti České republiky (BusinessInfo, 2010).

Exportní strategie se zaměřuje na celou škálu obchodních vztahů s jinými zeměmi, nikoli, jak tomu bylo v předešlé koncepci, pouze na vývoz zboží. Strategie klade důraz zejména na vývoz služeb, rozvoj investičních aktivit českých podnikatelských subjektů v zahraničí a flexibilní systém výběru teritoriálních priorit. Orientace na zákazníka a důraz na potřeby podnikatelských subjektů přinese větší komfort pro klienty proexportní politiky v podobě komplexní nabídky služeb, zákaznického centra a zvýšené informovanosti o službách, které jsou poskytovány státem (MPO, 2005).

Exportní strategie je strukturována do těchto třech oblastí:

1. Vize – vymezuje budoucí stav.
2. Cíle – určuje hlavní cíle proexportní strategie.
3. Projekty – určuje projekty k dosažení cílů.

Exportní strategie ČR je založena na vizi prosazení ČR ve světě prostřednictvím obchodu a investic. Vychází z předpokladu, že účinná exportní strategie musí mít ambici přispívat ke zvyšování konkurenceschopnosti domácích firem a k prosazování obchodně-ekonomických zájmů v zahraničí při respektování mezinárodních pravidel a závazků, které ČR vyplývají nejen ze členství v EU, ale také i ze členství ve WTO, OECD či dalších organizací. V rámci vize exportní strategie byly definovány čtyři **klíčové cíle** (MPO, 2005):

- více příležitostí pro podnikatele (tzn. liberalizace obchodu, teritoriální priority, budování značky),
- poskytování profesionálních a účinných služeb (tzn. účinná asistence pro exportéry, zvýšení vývozu služeb, zvýšení vývozu investic, rozvoj vývozních aliancí),
- zlepšení a rozšíření kvality služeb (tzn. zlepšení dostupnosti informací, síť pro export, zákaznické centrum),
- zvýšení kapacit pro export (tzn. rozšíření finančních služeb pro český export, exportní akademie).

V exportní strategii rozlišujeme dva typy zemí. Prvním typem jsou **země prioritní**, jsou to země, kde existuje vysoký potenciál růstu obchodní spolupráce. Druhým typem jsou **země zvláštního významu**, za které jsou pokládány země EU, kde v současnosti je již rozsáhlá a intenzivní obchodně ekonomická spolupráce, ale potenciál pro její rozšíření není již tak vysoký jako u prioritních zemí. Jedním z předpokladů naplnění vize exportní strategie je právě zvýšení exportu do zemí prioritních. Seznam prioritních zemí je pružný a předpokládá pravidelnou aktualizaci (MPO, 2005). K jeho poslední revizi došlo v dubnu 2009. Do skupiny prioritních zemí v současné době patří:

- Brazílie, Mexiko, USA,
- Čína, Indie, Vietnam,
- Egypt,
- Rusko, Ukrajina, Kazachstán,
- Srbsko, Turecko.

Výše uvedených cílů bude dosaženo pomocí **12 projektů** (grafické znázornění viz příloha 2). Každý z těchto projektů má své dílčí cíle, jejichž plnění bude hodnoceno na základě transparentních měřítek. Mezi tyto projekty patří (MPO, 2005):

1. *Usnadňování podmínek obchodu* – účelem projektu je liberalizace obchodu se službami, odstraňování překážek a bariér pro český export, zjednodušení procedur v mezinárodním obchodě, zajištění ochrany proti nekalým obchodním praktikám, plné využití výhod vnitřního trhu. Základním indikátorem pro hodnocení úspěšnosti projektu je spokojenost podnikatelské sféry s výkonem obchodní politiky a míra pokroku ve snížení a odstranění překážek obchodu. Hodnocení projektu probíhá dvakrát ročně. V rámci tohoto projektu jsou každoročně pořádány návštěvy vysokých ústavních činitelů a členů vlády v různých zemích světa, jejichž výsledkem bývají podepsané kontrakty na desítky miliard Kč. Dosažení lepšího přístupu na zahraniční trhy a usnadnění podmínek obchodu může být podle vlády ČR realizováno pomocí sjednávání bilaterálních dohod. Proto také ČR během svého předsednictví v Radě EU v roce 2009 podporovala vyjednávání o obchodních dohodách. Jako příklad může být uveden fakt, že české předsednictví výraznou měrou přispělo k uzavření dohody o volném obchodu EU – Korea.
2. *Působení na klíčových trzích* – cílem tohoto projektu v rámci exportní strategie je nalézt klíčové trhy pro český export a zpracovat exportní strategii a plány v daných zemích. Za tímto účelem jsou jednotlivé země rozděleny na země zvláštního

významu a prioritní země²⁴ (viz výše). Pro země zvláštního významu je zpracována Strategie prosazování obchodně ekonomických zájmů ČR v EU. Pro každou prioritní zemi jsou vytvořeny expertní týmy, které sestávají ze zástupců státní správy a podnikatelských sdružení. Odborníci v expertních týmech se vyjadřují a vzájemně informují o možných či připravovaných akcích na podporu českého vývozu. Hlavními administrátory komunikace uvnitř týmu jsou teritoriální pracovníci MPO. Základním měřítkem úspěšnosti projektu je míra plnění cílů z teritoriálních strategií (MPO, 2009). Projekt je hodnocen jedenkrát ročně. Za účelem zefektivnění fungování toho projektu nastala v roce 2009 změna. Pro jednotlivé prioritní země byly vytvořeny expertní týmy na místo původních teritoriálních strategií. V souvislosti s touto změnou byl zároveň počet prioritních zemí zúžen z 19 na 12.

3. *Budování kvalitní značky ČR ve světě* – smyslem tohoto projektu je prezentace České republiky a její podnikatelské sféry v zahraničí zejména pomocí výstav a veletrhů. Účelem tohoto projektu je zvýšit informovanost o ČR v zahraničí a zlepšit její obraz na tamních trzích. V souvislosti s lepší prezentací českých firem v zahraničí přijalo MPO Novou koncepci oficiálních účastí na mezinárodních veletrzích a výstavách. Hodnocení projektu je prováděno jedenkrát ročně a ukazatelem úspěšnosti projektu jsou rozpracované a uzavřené kontrakty ve srovnání s vloženými prostředky na účasti ČR na veletrzích a výstavách. S cílem zajistit efektivnější prezentaci a informovanost o ČR bylo v roce 2009 realizováno 44 českých oficiálních účastí na mezinárodních výstavách ve 23 zemích pěti kontinentů. Přibližná částka obchodního přínosu, jež se zjišťoval na základě dotazníků vyplněných vystavovateli, činila 8,4 mld. Kč. Přímé náklady na české oficiální účasti na zahraničních veletrzích a výstavách se v roce 2009 pohybovaly okolo 80 mil. Kč., což znamená, že každá vynaložená koruna přinesla obchodní

²⁴ Výběr teritorií je prováděn pomocí multikriteriálního hodnocení jako nejdůležitější kritéria byla vzata tato: objem a struktura vzájemného obchodu, rizikovost země podle metodiky OECD, ekonomický a obchodní potenciál teritoria a tempo růstu vzájemného obchodu. Systém teritoriálních priorit je průběžně aktualizován (MPO, 2005)

přínos kolem 100 Kč. Novým prvkem projektu v roce se v roce 2009 stalo také zavedení finanční pomoci na tuzemských veletržních akcích pro začínající exportéry a malé a střední podniky ve formě vystavovatelských inkubátorů.

4. *Účinná asistence pro exportéry* – vítězný tým – v rámci tohoto projektu jsou pracovníky státu v zahraničí poskytovány firmám profesionální a efektivní služby na podporu růstu českého vývozu. Tým pro podporu obchodně ekonomických vztahů ČR se zahraničím tvoří pracovníci obchodně-ekonomických úseků zastupitelských úřadů, zástupci agentur CzechTrade a CzechInvest nebo Česká centra. Základními měřítky pro hodnocení projektů je růst počtu firem s exportem nad 10 mil. Kč, spokojenost klientů se službami, zvýšení informovanosti o teritoriu či růst času věnovaného firmám. Hodnocení projektu probíhá průběžně. Za účelem poskytování účinné asistence exportujícím firmám došlo ke zlepšení individualizovaných služeb poskytovaných agenturou CzechTrade, která vylepšila Adresář českých exportérů a také umožnila objednání jejich služeb prostřednictvím klientského rozhraní na webu CzechTrade. K hledání nových obchodních příležitostí mají přispívat také nejen odborné semináře a konference, ale také zasedání mezivládních komisí. Například v roce 2009 se v ČR uskutečnilo 26 seminářů a konferencí zaměřených na propojování českých a zahraničních subjektů.
5. *Zvýšení vývozu služeb* – projekt je zaměřen na liberalizaci služeb ve státech EU i na liberalizaci služeb ve vztahu k třetím zemím. Liberalizace služeb má zásadní význam pro výkonnost, produktivitu a konkurenceschopnost české ekonomiky. Absolutní hodnota exportu služeb a dynamika vývozu služeb na obyvatele jsou základními kritérii pro hodnocení úspěšnosti projektu, které probíhá jedenkrát ročně. K většímu exportu služeb by měla přispět Dohoda o volném obchodu s Koreou k jejímuž sjednání značnou mírou přispělo i české předsednictví. S cílem zvýšení vývozu služeb se ČR také účastní identifikace překážek pro obchod se službami v rámci OECD.
6. *Zvýšení přímých investic a akvizic do zahraničí* – projekt má zvýšit přímé investice ČR v zahraničí, neboť přímé investice do zahraničí jsou cestou, která umožní zvýšit konkurenceschopnost českého vývozu, výhodně investovat finanční prostředky k růstu výroby a získání podílu na trzích, které jsou pro samotný export zboží hůře

přístupné. Ukazatelem úspěšnosti je počet úspěšných případů vývozu investic nebo růst exportu investic na obyvatele. Projekt je hodnocen jedenkrát za rok. V průběhu realizace projektu byl vytvořen speciální projektový tým koordinované podpory pro investiční aktivity českých firem. V rámci činnosti projektového týmu, kterého se účastní např. zástupci CzechTrade, ČEB či EGAP, byly vytvořeny nástroje pro rozvoj přímých investic českých firem v zahraničí. Mezi jednotlivé nástroje patří databáze investičních příležitostí, přehled o investičním prostředí v jednotlivých zemích nebo systém pojišťování investic v zahraničí proti politickým rizikům. Za dobu existence tohoto projektu se objem přímých českých investic zvýšil z původní hodnoty 33 mld. Kč v roce 2006 na hodnotu 54 mld. Kč v roce 2009.

7. *Rozvoj vývozních aliancí* – spojení firem ve vývozní alianci poskytne možnost českým firmám uspět na zahraničních trzích. Vývozní aliance umožňuje rozložit náklady na zahraniční marketing, prezentaci a zastoupení na trhu, sdílet technologie, distribuční kanály a zejména zvýšit pravděpodobnost úspěšného vstupu a pozitivních výsledků na zahraničních trzích. Projekt je vyhodnocován jedenkrát ročně pomocí ukazatele počtu funkčních aliancí a počtu úspěšných případů vývozu. Na konci roku 2009 bylo evidováno 136 firem sdružených ve 23 vývozních aliancích.
8. *Nový systém státu pro export* – přínosem tohoto projektu je zlepšení nabídky služeb státu a to především zlepšením kvality servisu poskytovaných služeb podnikatelům. Důraz je hlavně kladen na vybudování manažerského systému řízení těchto služeb. Pro hodnocení projektu, které probíhá dvakrát ročně, je rozhodující spokojenost podnikatelské sféry. V rámci tohoto projektu byla zlepšena spolupráce MPO s podnikatelskou sférou při provádění proexportní politiky nebo jsou rozvíjeny předpoklady pro to, aby obchodně-ekonomické úseky zastupitelských úřadů mohly být řízeny manažersky pomocí metody Balanced Score Card, která umožňuje lepší plánování, vykazování a hodnocení činnosti obchodě-ekonomických úseků zastupitelských úřadů.
9. *Zákaznické centrum pro export* – cílem projektu je zřídit kontaktní místo pro exportéry, kde mohou být informováni o ucelené nabídce služeb státu pro podporu vývozu. Veškeré informace, které mohou čeští exportéři potřebovat jsou k dispozici

na internetovém portálu BusinessInfo.cz nebo je mohou také získat na tzv. zelené lince pro export. Pro měření úspěšnosti projektu se využívá počet zodpovězených dotazů exportérům a spokojenost zákazníků se službami. Hodnocení probíhá dvakrát ročně. V roce 2008 byl tento projekt včleněn do projektu č. 4.

10. *Síť pro export* – tento projekt si klade za cíl zvýšit informovanost o dění v teritoriu a tamních příležitostech, zlepšit marketing teritorií a zjednodušit získávání informací pro podnikatele. Informace o daném teritoriu a denně aktualizované exportní příležitosti jsou k dispozici na portálu BusinessInfo.cz. Právě návštěvnost portálu BusinessInfo.cz je měřítkem hodnocení úspěšnosti projektu, které probíhá dvakrát ročně. V průběhu realizace projektu je významná část aktivit zaměřena na určení hlavních směrů rozvoje portálu BusinessInfo. V roce 2009 se pozornost věnovala průběžné aktualizaci tzv. Souhrnných teritoriálních informací, prostřednictvím kterých jsou podnikatelé informováni o podmínkách vstupu a podnikání na trzích jednotlivých zemí. Dále došlo ke zkvalitnění a zpřehlednění informací o exportních příležitostech.
11. *Rozšíření finančních služeb pro český export* – cíl tohoto projektu spočívá v rozšíření dostupnosti financování českého exportu zboží, služeb a investic. Pro splnění cíle tohoto projektu se ve strategii počítá s čerpáním prostředků ze strukturálních fondů, s využitím rozvojové spolupráce EU a v neposlední řadě také s využitím dlouhodobých vládních vývozních úvěrů. Úspěšnost projektu bude hodnocena podle vývoje objemu vývozu podpořeného financováním a pojištěním se státní podporou nebo podle objemu poskytnutého financování se státní podporou. Hodnocení probíhá jedenkrát ročně. Při realizaci projektu došlo ke zmapování a analýze všech finančních nástrojů k podpoře exportu. Z provedené analýzy vyplynulo, že zefektivnění všech klasických nástrojů financování, není možné dosáhnout bez nových forem spolupráce všech zainteresovaných organizací. Proto (ale i z důvodu světové ekonomické krize) byla v roce 2009 navýšena pojistná kapacita EGAP nebo zvýšen základní kapitál ČEB.
12. *Exportní akademie* – pomocí projektu má být směrem k podnikatelské sféře přeneseno exportní know-how. Projekt si klade za cíl zlepšení exportních kompetencí firem a vzdělávání exportérů tak, aby to odpovídalo problémům, se kterými se mohou setkat při realizaci exportu. Měřítky pro hodnocení projektu je

růst počtu a kvality vzdělávacích akcí a růst počtu účastníků služeb. Projekt je vyhodnocován dvakrát ročně. V rámci projektu Exportní akademie jsou realizovány různé odborné semináře, teritoriální semináře, kurz Úspěšný exportér či kurz Minimum exportéra. Obecně lze konstatovat, že o tyto kurzy a semináře je značný zájem. Například dvaceti odborných seminářů o mezinárodním obchodu se v roce 2009 zúčastnilo 340 zástupců firem, kurz Úspěšný exportér navštívilo 105 zástupců firem a o kurz Minimum projevílo zájem 124 zástupců firem.

Pro roční vyhodnocování plnění jednotlivých cílů exportní strategie byla vytvořena skupina pěti indikátorů. O jednotlivých indikátorech vypovídá následující tabulka, kde je uvedena výchozí úroveň jednotlivých indikátorů za rok 2005 a také stanovena cílová hodnota v roce 2010.

Tabulka č. 4.1: Indikátory exportní strategie

Indikátor	2005	2010
Export zboží na obyvatele	6 300 USD	10 400 USD
Export služeb na obyvatele	760 USD	1 140 USD
Časový fond pro služby v zahraničí	70 000 hodin ročně	350 000 hodin ročně
Podíl ČR na světovém exportu zboží	0,72 %	0,9 %
Podíl ČR na světovém exportu služeb	0,43 %	0,6 %

Zdroj: Exportní strategie ČR pro období 2006 – 2010 (MPO ČR, 2005).

Jestliže bude dosaženo cílových hodnot indikátorů exportní strategie, bude export přispívat k tempu růstu HDP přibližně jedním procentním bodem. Pozitivní efekty lze také očekávat v nárůstu zaměstnanosti až ve výši 50 000 míst. Celkové přínosy exportní strategie se liší z hlediska státu, podnikatele a občana, o čemž vypovídá následující tabulka.

Tabulka č. 4.2: Přínosy exportní strategie

	Přínosy exportní strategie
Stát	Dynamizace růstu HDP, zvýšení podílu na světovém exportu.
Podnikatel	Zvýšení produktivity a konkurenceschopnosti, růst obrátu firem.
Občan	Pracovní místa, vyšší mzdy, lepší mobilita pracovních sil, růst kvalifikace, růst životní úrovně.

Zdroj: Exportní strategie ČR pro období 2006 – 2010 (MPO ČR, 2005).

Ze zpráv o plnění exportní strategie v jednotlivých letech vyplývá, že jednotlivé **cíle exportní strategie jsou naplňovány** a strategie tak plní očekávání, pro které byla přijata. Zároveň je zde uvedeno, že dosažení exportu zboží na obyvatele v roce 2010 ve výši 10 400 USD a dosažení podílu ČR na světovém exportu zboží 0,9 %, bylo dosaženo již v roce 2007. Ve zprávách se také uvádí, že významných výsledků bylo dosaženo díky otevřenému charakteru české ekonomiky a dlouhodobě uplatňované aktivní liberální politice. Tato politika přispívá ke zlepšení přístupu českých exportérů na zahraniční trhy a rovněž k lepšímu využití výhod vnitřního trhu.

Jelikož platnost současné exportní strategie se chýlí ke konci, zahájilo MPO na konci roku 2009 práce na nové exportní strategii na léta 2011 – 2016. Snahou MPO při přípravě nové exportní strategie je vycházet z názorů široké podnikatelské veřejnosti, zejména malých a středních podnikatelů. Za tímto účelem byl pro podnikatelskou veřejnost připraven dotazník, ve kterém se podnikatelé mohli vyjádřit k současným službám státu na podporu exportu a také mohli připojit své náměty k novým formám státní podpory. Na základě tohoto dotazníku, který čeští exportéři měli možnost zaslat MPO do 15. února 2009 bude vytvořena do 30. března 2010 teze a východiska nové exportní strategie.

4.3.1 Podpora exportu v době světové hospodářské krize

Jednou z priorit vlády České republiky i v době světové hospodářské krize zůstává podpora exportu, investic a aktivní obchodní politiky. V kontextu s hospodářskou krizí došlo v roce 2009 ke zvýšení kapitálové síly České exportní banky a pojistné angažovanosti Exportní garanční a pojišťovací společnosti. Pojistná kapacita EGAP byla

zvýšena ze 120 mld. Kč na 150 mld. Kč. V rámci ČEB došlo k navýšení jejího základního kapitálu na hodnotu 2 950 mld. Kč (z původní hodnoty 2 000 mld. Kč). V souvislosti se snahou zmírnit dopady globální ekonomické krize na české exportéry byla navržena celá řada nových produktů a opatření. U **Exportní garanční a pojišťovací společnosti** došlo k dočasnému navýšení pojistného krytí na 99 %, čímž má dojít ke snížení rizikovosti vývozu pro vývozce. EGAP také začala poskytovat nové produkty v oblasti pojištění. Jedná se například o zjednodušení pojištění projektového financování, prospekce zahraničních trhů nebo rozšíření pojištění rizik souvisejících s předexportním financováním o rizika spojená s financováním zavádění výsledků vědy, výzkumu a vývoje do výrobní praxe s následným využitím pro export. Podle internetového portálu IHNED.cz chystá EGAP také novou službu, která se týká pojištění exportu do EU. Dosud se činnost EGAP zaměřovala pouze na země mimo EU. Tento nový druh pojištění by měl být určen hlavně malým exportérům, kteří potřebují pojistit svůj vývoz do EU a ocitly se na „blacklistu“ komerčních úvěrových pojišťoven. Díky tomuto pojištění získají čeští vývozci jistotu, že za odvedenou práci dostanou peníze i v případě, že jejich obchodní partner nezaplatí. V současné době jsou vedena jednání o novém druhu pojištění s Evropskou komisí a nejsou zatím známy ani konkrétní podmínky pojištění.

ČEB se svými novými produkty zaměřila především na malé a střední podnikatele. Mezi tyto nové produkty, které poskytuje ve spolupráci s Českomoravskou záruční a rozvojovou bankou, s EGAP a s komerčními bankami, patří bankovní záruky pro subdodavatele vývozců nebo zrychlení a zjednodušení přístupu malých a středních podnikatelů k financování vývozu.

Dne 4. září 2009 vstoupila v platnost **novela zákona č. 58/1995 Sb.**, o pojišťování a financování vývozu se státní podporou, která byla zpracována MPO. Tato novela umožňuje zapojení komerčních bank do systému státní podpory exportu prostřednictvím systému dorovnání úrokových rozdílů při poskytování exportních úvěrů za fixní sazby (tzv. Interest Make-up či IMU). IMU vychází z požadavků a potřeb českých exportérů a slouží ke zlepšení obslužnosti financování vývozu a zvýšení úrovně komfortu pro exportéry (IHNED, 2009).

Součástí novely zákona č. 58/1995 Sb. je rozšíření možnosti pojištění investičních a exportních úvěrů zahraničním společenstvem a umožnění poskytování předexportních úvěrů i na financování vývoje před uskutečněním vývozu či změna přístupu z podpory vývozu zboží „národního původu“ na podporu vývozu „národního zájmu“. Tato změna přístupu v podstatě vyšla vstříc současnému trendu, kdy v ČR stejně jako v celé řadě průmyslových oborů byl státem podporovaný vývoz do většiny zemí možný pouze za předpokladu trvalé přítomnosti firmy na daném trhu formou podnikatelského subjektu s místní registrací, tzn., že byl podporován vývoz pouze zboží národního původu. O pojištění a financování může nyní požádat za splnění určitých podmínek daných zákonem i dceřiná společnost v zahraničí, tzn. podpora vývozu zboží „národního zájmu“ (BusinesInfo, 2010).

4.4 Shrnutí státní podpory exportu

Podpora exportu, investic a aktivní obchodní politiky je jednou z priorit hospodářské politiky vlády ČR. Oblast státní podpory exportu se v ČR rozvíjela od začátku devadesátých let 20. století v kontextu s ekonomickou reformou a s transformací ekonomiky, kdy došlo k odstranění monopolu zahraničního obchodu a devizového monopolu. Postupem času byly vytvářeny podmínky pro vznik a činnost státních, ale také nestátních institucí, jejichž aktivity souvisí s podporou exportu. První proexportně orientovanou institucí, která vznikla v roce 1992, byla Exportní garanční a pojišťovací společnost. EGAP spolu s Českou exportní bankou tvoří páteř celého systému státní podpory exportu. Do systému státní podpory exportu dále patří agentury CzechTrade a CzechInvest, MPO nebo Česká centra. Všechny tyto instituce se snaží poskytovat českým exportérům profesionální a flexibilní služby, které exportérům pomáhají při umísťování jejich produkce na zahraničních trzích. Neodmyslitelnou roli v rámci podpory exportu sehrávají i nestátní organizace, zejména pak Komerční úvěrová pojišťovna EGAP a. s., Hospodářská komora ČR, Asociace exportérů či Česká podnikatelská reprezentace při EU.

Při realizaci proexportních opatření musí ČR brát úvahu omezení, vyplývající nejen ze členství v EU, ale také ze smluvních ujednání v rámci WTO či OECD.

V současné době základním materiálem koncepce proexportní politiky je Exportní strategie pro období 2006 – 2010. Exportní strategie je strukturována do třech oblastí.

První oblast tvoří vize exportní strategie, jež je zaměřena na prosazení ČR ve světě prostřednictvím obchodu a investic. Druhá oblast se skládá ze čtyř cílů, kterých bude dosaženo pomocí 12 projektů tvořících třetí oblast strategie. Pro vyhodnocování naplňování cílů exportní strategie byla vytvořena skupina pěti indikátorů, mezi které například patří zvýšit export zboží na obyvatele v roce 2010 na úroveň 10 400 USD nebo také zvýšit podíl ČR na světovém exportu zboží v roce 2010 na 0,9 %. Pro zhodnocení exportní strategie jsou ročně sestavovány zprávy o jejím průběžném plnění, z nichž vyplývá, že cíle exportní strategie jsou v zásadě plněny. V souvislosti s ukončením platnosti současné exportní strategie v roce 2010 je MPO připravována nová exportní strategie pro období 2011 – 2016.

Podle mého názoru Exportní strategie pro období 2006 – 2010 představuje velmi dobře popracovaný dokument, který vytváří základní rámec státní podpory českých exportérů. I když nelze jednoznačně kvantifikovat přínos exportní strategie je zřejmé, že jednotlivé projekty a v rámci nich poskytované služby mají podstatný vliv na růst českého exportu. Při hodnocení plnění exportní strategie za rok 2009 hodnotím pozitivně zejména pružnost státního systému podpory exportu na globální ekonomickou krizi, kdy s ohledem na zhoršující se podmínky přístupu českých exportérů k financování obchodu došlo ke zvýšení kapitálové síly ČEB a pojistné angažovanosti EGAP. Také tyto dvě instituce nabídly především malým a středním exportérům celou řadu nových produktů v oblasti úvěrování a pojišťování exportu. Oceňuji také, že v době nevídaného poklesu světového obchodu se česká vláda zaměřila i nadále na proces politického otevírání dveří. Za tímto účelem byla uskutečněna celá řada návštěv vysokých ústavních činitelů či členů vlády. Tyto návštěvy směřovaly do různých zemí světa a jejich výsledkem jsou uzavřené kontrakty v řádu několika desítek miliard Kč. Za další významnou podpůrnou činnost proexportní politiky považuji podporu českých firem na mezinárodních veletrzích a výstavách prostřednictvím oficiálních účastí ČR, kterých bylo v roce 2009 realizováno 44 ve 23 zemích světa.

5 ZÁVĚR

Cílem diplomové práce bylo podat ucelený výklad o vývoji zahraničního obchodu v ČR a o problematice státní podpory exportu. Česká republika je malou otevřenou ekonomikou, kde zahraniční obchod sehrává důležitou úlohu. V souvislosti s ekonomickou transformací země zaznamenal český zahraniční obchod v průběhu posledních dvaceti let značné změny, jak v jeho teritoriální, tak i komoditní struktuře. Důležitým mezníkem ve vývoji zahraničně obchodní politiky, od vzniku samostatného státu, byl také rok 2004, kdy se Česká republika stala členským státem EU a tím se začlenila do největší zóny volného obchodu na světě, což přineslo lepší podmínky pro obchodování i fyzický pohyb zboží.

Při analýze a komparaci dat o zahraničním obchodu bylo zjištěno, že si ČR v oblasti zahraničního obchodu vede celkem dobře. České exporty a importy měly do roku 2007 vzestupnou tendenci, přelom nastal v období 2008 - 2009, které bylo charakteristické poklesem objemů exportů a importů zejména z důvodu celosvětové hospodářské krize, která způsobila pokles vnější poptávky a zpomalení růstu ekonomik hlavních vývozních partnerů. Avšak i v těchto složitých podmínkách si ČR ve srovnání s ostatními státy EU zachovala dobré výsledky. V roce 2009 vzrostl export vzhledem k roku 1993 téměř šestkrát a obdobně na tom byl i import. Vývoj obchodní bilance byl také značně proměnlivý. V roce 1993 činilo záporné saldo 4,5 mld. Kč a od tohoto roku se nadále prohlubovalo až do roku 1996. Příznivější vývoj nastal mezi léty 1997 – 1999, kdy docházelo k postupnému snižování záporného salda. Tento příznivý vývoj však netrval dlouho a rok 2000 přinesl opět jeho značné prohloubení. V roce 2005 bylo poprvé od vzniku samostatného státu zaznamenáno saldo kladné, které se i v následujících letech, vyjma roku 2008, zvyšovalo. Za rok 2009 činilo kladné saldo přibližně 153 mld. Kč. Z teritoriálního hlediska jsou hlavními obchodními partnery na straně vývozu Německo, Slovensko a Polsko. Největší dovozy jsou realizovány z Německa, Číny a Ruska. Vývoj komoditní struktury je sledován pomocí standardní mezinárodní nomenklatury (SITC). Komparací dat za uvedené období bylo zjištěno, že z dlouhodobého hlediska má největší podíl na exportech třída SITC 7 – Stroje a dopravní zařízení, jejíž export dosáhl v roce 2009 hodnoty okolo 1 125 mld. Kč. Druhou významnou třídou je SITC 6 – Polotovary a materiály, třetí pak SITC 8 – Průmyslové spotřební zboží. Tyto první tři třídy se podílí na českých exportech

kolem 80 %. Stejně třídy i ve stejném pořadí se podílejí také nejvíce na českém importu. Jejich podíl na importu se však pohybuje kolem 70 %.

V úvodu diplomové práce byla stanovena následující pracovní hypotéza: Státní podpora exportu v České republice výrazně napomáhá vstupu českých firem na zahraniční trhy. V průběhu zpracování práce bylo zjištěno, že státní podpora exportu v ČR představuje velmi dobře propracovaný systém, který již začíná dosahovat úrovně vyspělých států, a který je českými vývozci aktivně využíván (o tom svědčí například neustálý nárůst objemu exportů podpořených agenturou CzechTrade). Exportérům je nabízena široká škála služeb od poskytování prvotních informací a kontaktů až po rozsáhlou nabídku exportního financování, při tom je kladen velký důraz na malé a střední podnikatele, kteří by bez státní podpory neměli tak velké možnosti při umísťování své produkce na zahraniční trhy. Příkladem jednotlivých služeb může být Zelená linka pro export, jejímž prostřednictvím je poskytováno efektivní poradenství zejména začínajícím exportérům nebo internetový portál BusinessInfo.cz, který nabízí českým exportérům informační podporu. O snaze státních proexportních institucí účinně podporovat české exportéry, svědčí i fakt, že v kontextu s ekonomickou krizí byla v oblasti státní proexportní politiky přijata celá řada produktů a opatření, která jsou především zaměřena na zjednodušení přístupu podnikatelů k finančním zdrojům a zároveň byla schválena novela Zákona o pojišťování a financování vývozu se státní podporou umožňující zapojení komerčních bank do systému státní podpory exportu prostřednictvím systému dorovnání úrokových rozdílů. Z výše uvedených zjištění tedy usuzuji, že v úvodu stanovená hypotéza může být potvrzena.

Podpora exportu je v ČR zajišťována prostřednictvím státních a nestátních institucí. Oblast státní podpory exportu se začala vyvíjet v průběhu 90. let dvacátého století v souvislosti s ekonomickou reformou a s transformací ekonomiky, kdy byly vytvářeny podmínky pro vznik a činnost státních institucí na podporu exportu. V současnosti jsou státní proexportní služby poskytovány celou řadou institucí, jejichž snahou je nabízet exportérům účinné a flexibilní služby, které jim mohou pomoci při umísťování jejich produkce na zahraniční trhy. Hlavním důvodem, proč je podpora exportu realizována také prostřednictvím státních institucí, je zajištění rovného přístupu k proexportním službám. Jestliže by podpora exportu byla poskytována pouze soukromými společnostmi, mohla by

nastat situace, kdy by řada malých a středních podnikatelů ztratila k této podpoře přístup z důvodu nedostatku financí.

Řídící roli v rámci státní proexportní politiky sehrává Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, jehož hlavní kompetence v oblasti zahraničního obchodu například spočívají v odstraňování tarifních a netarifních bariér vývozu, vytváření exportních strategií nebo ve financování a pojišťování vývozu ve spolupráci s Exportní garanční a pojišťovací společností či Českou exportní bankou. První specializovanou státní proexportní institucí, která v ČR vznikla, byla Exportní garanční a pojišťovací společnost. Tato instituce je zcela vlastněna státem, jehož vlastnická práva vykonávají čtyři ministerstva, a to ministerstvo průmyslu a obchodu, ministerstvo financí, ministerstvo zemědělství a ministerstvo zahraničních věcí. Hlavní činnost EGAP je soustředěna do oblasti pojišťování vývozních úvěrů proti teritoriálním a komerčním rizikům spojeným s vývozem zboží a služeb z ČR. EGAP spolu s Českou exportní bankou tvoří páteř státní podpory exportu. Česká exportní banka je specializovanou bankovní institucí, která je přímo a nepřímo vlastněná státem. Posláním ČEB je poskytovat a financovat vývozní úvěry a další služby s vývozem související. Své služby poskytuje za výhodnějších podmínek oproti podmínkám tržním, zejména co se týká doby splatnosti závazků a výše úrokových sazeb. Dále je státní podpora exportu realizována prostřednictvím dvou specializovaných agentur. První agenturou je Česká agentura na podporu obchodu – CzechTrade, která je příspěvkovou organizací MPO a jejím hlavním cílem je poskytování služeb ke zvyšování exportní výkonnosti a konkurenceschopnosti českých firem. Druhou agenturou, která je rovněž příspěvkovou organizací MPO, je Agentura pro podporu podnikání a investic - CzechInvest. Činnost CzechInvestu se zaměřuje na posilování konkurenceschopnosti české ekonomiky prostřednictvím podpory malých a středních podnikatelů, podnikatelské infrastruktury, inovací a získávání zahraničních investic z oblasti výroby. Specifickou funkci ve státní podpoře exportu sehrávají Česká centra. Jejich úloha spočívá v navazování obchodní spolupráce mezi českými a zahraničními subjekty a také v propagaci českých společností v zahraničí.

V oblasti nestátní podpory exportu jsou jednotlivé služby poskytovány soukromými společnostmi jako je Hospodářská komora ČR, Komerční úvěrová pojišťovna EGAP, a. s., Asociace exportérů nebo Česká podnikatelská reprezentace při EU. Úkolem těchto

organizací je poskytnout pomoc českým vývozcům při pronikání na zahraniční trhy. Jejich služby nabývají různých forem, od poskytování informací a asistenční pomoci, přes vyhledávání vhodných obchodních partnerů, až po pojišťování exportů.

Za účelem dalšího růstu exportu byla MPO zpracována Exportní strategie České republiky pro období 2006 – 2010. Exportní strategie je strukturována do třech částí, které představují vizi, cíle a projekty. Vize exportní strategie je zaměřena na prosazení ČR ve světě prostřednictvím obchodu a investic. V rámci vize byly definovány čtyři klíčové cíle, kterých má být dosaženo pomocí 12 projektů. Mezi tyto projekty patří například projekt Usnadňování podmínek obchodu, Působení na klíčových trzích, Budování kvalitní značky ČR ve světě nebo Zvýšení vývozu služeb. Exportní strategie je zaměřena na dva typy zemí. Prvním typem jsou země prioritní, kde existuje vysoký potenciál růstu obchodní spolupráce. V současné době je stanoveno 12 prioritních zemí, které pokrývají všechny kontinenty světa. Pro každou prioritní zemi je vytvořen speciální expertní tým. Druhým typem jsou země zvláštního významu, za které jsou pokládány země EU. V těchto zemích existuje již rozsáhlá a intenzivní obchodně ekonomická spolupráce, ale potenciál pro její rozšíření není již tak vysoký jako u zemí prioritních. Pro země zvláštního významu je zpracována Strategie prosazování obchodně ekonomických zájmů v ČR. Za účelem ročního vyhodnocování jednotlivých cílů exportní strategie byla vytvořena skupina pěti indikátorů. Jedním z hlavních indikátorů je zvýšení exportu zboží na obyvatele z původní hodnoty 6 300 USD v roce 2005 na hodnotu 10 400 USD v roce 2010. Z dosud zveřejněných zpráv o plnění exportní strategie vyplývá, že jednotlivé cíle exportní strategie jsou naplňovány a strategie tak plní očekávání, pro která byla přijata.

V oblasti státní podpory exportu bych doporučila zlepšit komunikaci s podnikatelskou veřejností, kdy by funkci hlavního informačního a komunikačního kanálu plnilo i nadále MPO. Neustále by zjišťovalo pomocí dotazníkových šetření, jaké služby podnikatelé nejvíce potřebují a podle toho by aktualizovalo státní proexportní služby. MPO by se také mělo více zaměřit na pomoc malým a středním exportérům s odstraňováním chyb, kterých se dopouštějí při exportech svých výrobků. Dále bych navrhla zahrnout do seznamu prioritních zemí i naše sousední země, jako je Německo a Slovensko, které jsou našimi hlavními obchodními partnery. V rámci prioritních zemí by bylo také vhodné

zajistit lepší informovanost o tom, jakým způsobem jsou jednotlivá teritoria podporována. Co se týká jednotlivých služeb státních proexportních institucí, neshledávám v nich žádné závažné nedostatky, nicméně bych doporučila vyjasnit kompetence těchto institucí a zajistit, aby se jejich služby nepřekrývaly, nýbrž doplňovaly. Zároveň si myslím, že české firmy orientující se na obchod se zeměmi eurozóny by uvítaly přijetí společné měny, čímž by bylo eliminováno kolísání kursu. Čeští exportéři totiž díky neexistenci společné měny doplácí na posilování koruny.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

1. BENEŠ, Vlastislav a kol. *Zahraniční obchod*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 2004. 328 s. ISBN 80-247-0558-3.
2. BUDÍNSKÝ, Václav a kol. *Export 2000*. 1. vyd. Praha: Public History, 2000. 415 s. ISBN 80-902193-8-1.
3. BUDIRSKÝ, Stanislav. *Základy zahraničního obchodu a návody pro obchodní praxi*. Ostrava: Moravskoslezská průmyslová obchodní kancelář, 1995. 118 s.
4. CIHELKOVÁ, Eva a kol. *Mezinárodní ekonomie II*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2008. 260 s. ISBN 978-80-7400-054-6.
5. ČERNOHLÁVKOVÁ, Eva, a kol. *Finanční strategie v mezinárodním podnikání*. Praha: VŠE, 2000. ISBN 80-245-0055-8.
6. FOJTÍKOVÁ, Lenka. *Zahraničně obchodní politika ČR: Historie a současnost (1945-2008)*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2009. 246 s. ISBN 978-80-7400-128-4.
7. FOJTÍKOVÁ, Lenka; LEBIEDZIK, Marian. *Společné politiky EU*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2008. 179 s. ISBN 978-80-7179-939-9.
8. HOLMAN, Robert. *Dějiny teorií mezinárodního obchodu*. 1. vyd. Praha: VŠE, 1991. 64 s. ISBN 80-7079-505-0.
9. JIRGES, Tibor, PLCHOVÁ, Božena. *Zahraniční obchod a národní ekonomika*. 1. vyd. Praha: VŠE, 1996. 165 s. ISBN 80-7079-967-6.
10. JUREČKA, Václav, JÁNOŠÍKOVÁ, Ivana. *Makroekonomie*. 1. vyd. Ostrava: VŠB-TU, 2008. 312 s. ISBN 978-80-248-0530-6.
11. KALÍNSKÁ, Emílie a kol. *Mezinárodní obchod*. 1. vyd. Praha: VŠE, 2007. 148 s. ISBN 978-80-245-1299-0.
12. KUBIŠTA, Václav. *Mezinárodní ekonomické vztahy*. Praha: VŠE, 1999. 378 s. ISBN 80-86009-29-7.
13. NEŠVERA, Václav. *Vnější ekonomické vztahy České republiky*. 1. vyd. Hronov: Grafické závody, 2003. 312 s. ISBN 80-239-0420-5.

14. PLCHOVÁ, Božena a kol. *Zahraniční ekonomické vztahy ČR*. 3. přeprac. vyd. Praha: VŠE, 2007. 154 s. ISBN 978-80-2451-285-3.
15. PLCHOVÁ, Božena. *Zahraničně obchodní politika ČR v procesu asociace s EU*. 1.vyd. Praha: VŠE, 2001. 122 s. ISBN 80-245-0195-3.
16. SAMUELSON, Paul Anthony. *Economics*. 14th edition. New York: McGraw-Hill, 1992. 784 s. ISBN 0-07-054879-X.
17. SAMUELSON, Paul Anthony. *Ekonomie*. 2. vyd. Praha: Svoboda, 1995. 1011 s. ISBN 80-205-0494-X.
18. SVATOŠ, Miroslav a kol. *Zahraniční obchod, teorie a praxe*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 2009. 368 s. ISBN 978-80-2472-708-0.
19. TICHÁ, Lucie. *Vnější obchodní vztahy ČR*. 1. vyd. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, 2007. 167 s. ISBN 978-80-7394-015-7.
20. TOMŠÍK, Vladimír. *Vyrovňovací procesy platební bilance a analýza vývoje zahraničního obchodu České republiky v letech 1993 – 1998*. 1. vyd. Praha: Národohospodářský ústav Josefa Hlávky, 2000. ISBN 80–92015–95-7.
21. ŽÍDEK, Libor. *Transformace české ekonomiky 1989-2004*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2006. 304 s. ISBN 978-80-7394-015-7.

Elektronické monografie:

1. *Exportní strategie 2006 – 2010* [online]. Praha: Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, 2005. [cit. 3. 2. 2010]. Dostupný z WWW: [<http://www.businessinfo.cz/cz/rubrika/exportni-strategie-cr/1001404/>](http://www.businessinfo.cz/cz/rubrika/exportni-strategie-cr/1001404/).
2. JANDOVÁ, M. *Vývoj komoditních, teritoriálních a institucionálních aspektů zahraničního obchodu ČR*. [online]. 2006. [cit. 13. 1. 2010]. Dostupný z WWW: [<http://is.muni.cz/do/1456/soubory/oddeleni/centrum/papers/wp2006-20.pdf>](http://is.muni.cz/do/1456/soubory/oddeleni/centrum/papers/wp2006-20.pdf).

WWW stránky:

1. *Agentura na podporu podnikání a investic* [online]. 2010. [cit. 3. 2. 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.czechinvest.org/>>.
2. *BusinessInfo - oficiální portál pro podnikání a export BusinessInfo* [online]. 2010. [cit. 2. 2. 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.businessinfo.cz/cz/>>.
3. *Česká agentura na podporu obchodu* [online]. 2009. [cit. 3. 2. 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.czechtrade.cz/>>.
4. *Česká centra* [online]. 2003. [cit. 3. 2. 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.czechcenters.cz/scc/novinky.asp>>.
5. *Česká exportní banka* [online]. 2006. [cit. 3. 2. 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.ceb.cz/>>.
6. *Český statistický úřad* [online]. 2010. [cit. 3. 1. 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.czso.cz/>>.
7. *Exportní garanční a pojišťovací společnost* [online]. 2010. [cit. 2. 2. 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.egap.cz/>>.
8. *Generální ředitelství pro obchod* [online]. 2005. [cit. 2. 2. 2010]. Dostupný z WWW: <http://ec.europa.eu/trade/>.
9. *Ministerstvo průmyslu a obchodu*. [online]. 2005 - 2010. [cit. 2. 2. 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.mpo.cz/>>.
10. *Online zprávy Hospodářských novin* [online]. 2009. [cit. 2. 2. 2010]. Dostupný z WWW: <<http://ihned.cz/>>.
11. *Portál veřejné správy ČR* [online]. 2010. [cit. 3. 1. 2010]. Dostupný z WWW: <http://portal.gov.cz/wps/portal/_s.155/6966/place>.

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

ČC	Česká centra
ČEB	Česká exportní banka, a. s.
ČSÚ	Český statistický úřad
EGAP	Exportní garanční a pojišťovací společnost
EK	Evropská komise
	European Commission
EU	Evropská unie
ESVO	Evropské sdružení volného obchodu
EX	Export
GATT	General Agreement on Tariffs and Trade, Všeobecná dohoda o clech a obchodu
GŘC	Generální ředitelství cel
HDP	Hrubý domácí produkt
IM	Import
KÚP	Komerční úvěrová pojišťovna EGAP, a. s.
MF	Ministerstvo financí
MPO	Ministerstvo průmyslu a obchodu
MZ	Ministerstvo zemědělství
MZV	Ministerstvo zahraničních věcí
OECD	Organization for Economic Cooperation and Development
	Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj
RVHP	Rada vzájemné hospodářské pomoci

SITC	Standard International Trade Classification Standardní mezinárodní klasifikace obchodu
SNS	Společenství nezávislých států
SOP	Společná obchodní politika
SSSR	Svaz sovětských socialistických republik
TBR	Trade Barriers Regulation Mechanismus odstraňování obchodních bariér
WTO	World Trade Organization Světová obchodní organizace

SEZAM GRAFŮ A TABULEK

Seznam grafů

Graf č. 3.1: Vývoj otevřenosti české ekonomiky (v %)	29
Graf č. 3.2: Vývoj objemu exportu, importu a salda zahraničního obchodu (v mld. Kč)	29
Graf č. 3.3: Vývoj vývozu a dovozu ČR se zeměmi s vyspělou ekonomikou (v mld. Kč)	33
Graf č. 3.4: Hlavní obchodní partneři ČR v roce 2008	35
Graf č. 3.5: Obchodní bilance podle tříd SITC v roce 1993 a 2009 (v mld. Kč)	42
Graf č. 3.6: Vývoj třídy SITC 7 v letech 1993 a 2003 – 2009 (v mld. Kč)	43
Graf č. 3.7: Podíl jednotlivých skupin na obchodní bilanci v rámci SITC 7 za rok 2009 (v %)	44
Graf č. 4.1: Produktová skladba pojištění EGAP (v %)	55
Graf č. 4.2: Struktura úvěrového portfolia podle typu úvěru za rok 2008 (v %)	56
Graf č. 4.3: Objem exportu klientů podpořených službou agentury CzechTrade v roce 2009 (v mld. Kč)	57
Graf č. 4.4: Sektorové rozdělení investičních projektů zprostředkovaných agenturou CzechInvest v roce 2008	59

Seznam tabulek

Tabulka č. 3.1: Struktura vývozu podle skupin zemí (v %)	31
Tabulka č. 3.2: Struktura dovozu podle skupin zemí (v %)	32
Tabulka č. 3.3: Státy s největším vlivem na obchodní bilanci v roce 2003 a 2009 (v mld. Kč)	34
Tabulka č. 3.4: Vývoz podle tříd SITC (v mld. Kč)	38
Tabulka č. 3.5: Dovoz podle tříd SITC (v mld. Kč)	39
Tabulka č. 3.6: Skupiny SITC s největším vlivem na obchodní bilanci v roce 2009 (v mld. Kč)	41
Tabulka č. 4.1: Indikátory exportní strategie	67
Tabulka č. 4.2: Přínosy exportní strategie	68

PROHLÁŠENÍ O VYUŽITÍ VÝSLEDKŮ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že diplomová práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího diplomové práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o diplomové práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, diplomovou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 30. 4. 2010

.....

Bc. Věra Halaštová

Adresa trvalého pobytu studenta:

Zašová 555

756 51 Zašová

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1 Vývoj zahraničního obchodu v letech 1993 - 2009 (v mld. Kč)

Příloha 2 Cíle a projekty Exportní strategie pro období 2006-2010

PŘÍLOHA 1

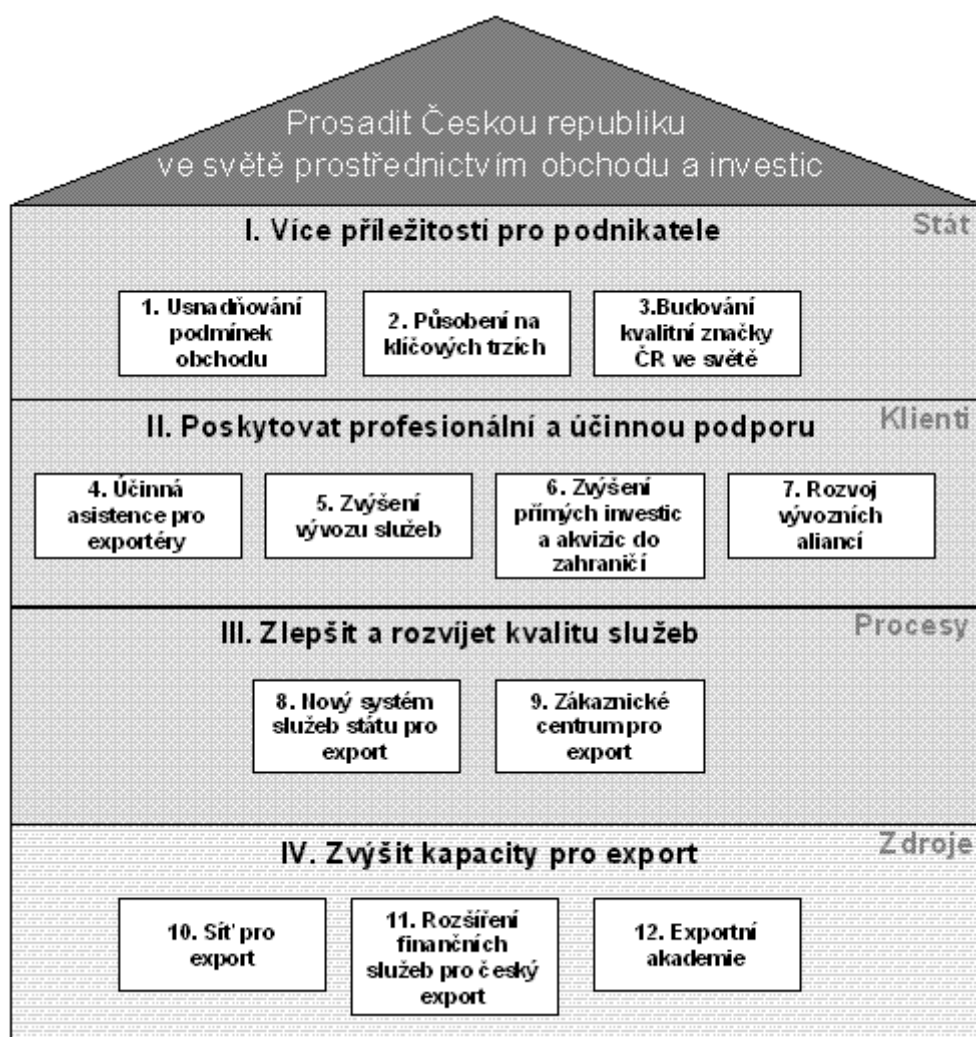
Vývoj zahraničního obchodu v letech 1993 - 2009 (v mld. Kč)

Rok	Obrat	Vývoz	Dovoz	Balance	Změna proti předchozímu roku v %	
					vývoz	dovoz
1993	847,7	421,6	426,1	-4,5	-	-
1994	957,2	458,8	498,4	-39,4	8,8	17,0
1995	1 231,9	566,2	665,7	-99,5	23,4	33,6
1996	1 356,3	601,7	754,6	-153,0	6,3	13,3
1997	1 569,0	709,3	859,7	-150,4	17,9	13,9
1998	1 748,7	834,2	914,5	-80,3	17,6	6,4
1999	1 882,0	908,8	973,2	-64,4	8,9	6,4
2000	2 363,0	1 121,1	1 241,9	-120,8	23,4	27,6
2001	2 653,7	1 268,1	1 385,6	-117,0	13,1	11,6
2002	2 580,6	1 254,9	1 325,7	-70,8	-1,2	-4,3
2003	2 811,6	1 370,9	1 440,7	-69,8	9,3	8,7
2004	3 471,8	1 722,7	1 749,1	-26,4	25,7	21,4
2005	3 698,6	1 868,6	1 830,0	38,6	8,5	4,6
2006	4 249,4	2 144,6	2 104,8	39,8	14,8	15,0
2007	4 870,5	2 479,2	2 391,3	87,9	15,6	13,6
2008	4 870,2	2 473,7	2 396,5	67,2	-0,2	0,6
2009	4 097,0	2 125,1	1 971,9	153,2	-14,1	-18,1

Zdroj: ČSÚ, 2010. Vlastní úprava.

PŘÍLOHA 2

Cíle a projekty Exportní strategie pro období 2006-2010



Zdroj: Exportní strategie ČR pro období 2006 – 2010 (MPO ČR, 2005).